



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS - MBA

Control Interno en la Gestión de Ventas de una Empresa ferretera ABC ciudad de
Guayaquil Ecuador -2019

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Br. Santo Sebastián Bravo Alay (ORCID: 0000-0003-2635-1346)

ASESOR:

Mg. Winner Agurto Marchán (ORCID: 0000-0002-0396-9349)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelo de Herramientas Gerenciales

PIURA - PERÚ

2020

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios y a mis padres.
A Dios porque ha estado conmigo cada día;
dándome salud y la oportunidad de alcanzar una meta más
y darme fortaleza para seguir continuando;
a mis padres, quienes han sido un pilar fundamental apoyando
y en especial a Inés Guaranda viuda,
como mi segunda madre a quien le agradezco por apoyo
en doto momento y a mis hermanos.

Santo Sebastián Bravo Alay

AGRADECIMIENTO

Infinitamente le doy gracias a Dios,
por haberme dado fortaleza y salud para
culminar este proyecto de tesis.
Agradezco la confianza y el apoyo a mis
padres y hermanos; en especial Inés
Guaranda viuda de Bravo como
mi segunda madre.

La universidad César Vallejo por haberme
dado la oportunidad de estudiar; mi formación
profesional de postgrado –MBA.

La agradezco a todos los docentes del
programa académico-MBA a quienes han
aportado sus conocimientos y experiencia
profesional con su enseñanza.

Le agradezco al tutor; Mg.Ing. Winner Agurto
Marchán, por guiarlo durante todo el proceso
de tutoría, y dedicación.

Santo Sebastián Bravo Alay

Página del jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

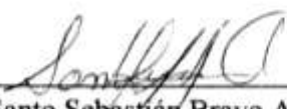
Yo, Santo Sebastián Bravo Alay, estudiante del Programa de Maestría en Administración de Negocio, MBA de la Escuela de Postgrado de la Universidad César Vallejo Piura, identificado con C.I No 1306045293, con la tesis titulada "Control interno en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador - 2019".

Declaro bajo juramento que:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fuente (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, 4 de enero de 2020


Ing. Santo Sebastián Bravo Alay
DNI: 1306045293



Índice

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
PÁGINA DEL JURADO.....	iv
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
I INTRODUCCIÓN.....	1
II MÉTODO.....	17
2.1 Diseño de investigación.....	17
2.2 Matriz de la Variable de la Operacionalizacion.....	19
2.3. Población y muestra.....	20
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
2.5 Procedimientos de investigación	25
2.6. Métodos de análisis de los datos.....	25
2.7. Aspectos éticos	25
III RESULTADOS	26
IV DISCUSIÓN	36
V CONCLUSIONES	40
VI RECOMENDACIONES	42
REFERENCIAS	43
ANEXO	46

Índice de tablas

Tabla 1: Matriz de la operacionalización de las variables	19
Tabla 2: Datos control interno	21
Tabla 3: Datos Gestión de ventas	22
Tabla 4: Resultados de la validación del cuestionario de control interno.....	23
Tabla 5: Índice de consistencia alfa de Cronbach para control interno	23
Tabla 6: Resultados de la validación del cuestionario de gestión de ventas.....	24
Tabla 7: Índice de consistencia alfa de Cronbach gestión de ventas	24
Tabla 8: Nivel de control interno de la empresa ferretera ABC.	26
Tabla 9: Nivel de gestión de ventas de la empresa ferretera ABC.	27
Tabla 10: contingencia Control interno y Gestión de ventas de la ferretería ABC	28
Tabla 11: Contingencia Control interno en la gestión de Marketing.....	29
Tabla 12: Contingencia Control interno en la gestión de Comercialización	30
Tabla 13: Contingencia Control interno gestión de control y seguimiento de actividades.	31
Tabla 14: Coeficiente de correlación de Spearman control interno en la gestión de ventas.	32
Tabla 15: Coeficiente de correlación de Spearman control interno en la gestión de marketing.....	33
Tabla 16: Coeficiente de correlación de Spearman de control interno en la gestión de comercialización.....	34
Tabla 17: Coeficiente de correlación de Spearman de control interno en la gestión de control y el seguimiento de actividades.....	35
Tabla 18: Matriz de consistencia.	46

RESUMEN

En la investigación tabulada “Control interno en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador – 2019, el presente trabajo tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador. Respecto a la metodología se aplicó en método hipotético-deductivo, es una técnica de razonamiento que se inicia con el análisis de los resultados de principios universal y comprobada la validez, con un diseño no experimental – transversal, porque no se manipulará la variable de estudio, con un tipo de investigación correlacional permite examinar la relación que existe entre el control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC. La muestra fue no probabilística ya que el presente estudio es censal, en la que se consideró una población de 15 trabajadores del área administrativa de la ferretería, para la obtención de los datos se utilizaron las dos variables: Control interno y la gestión de ventas, en el procesamiento de los datos de los cuestionarios de ambas variables se utilizó el software estadístico SPSS 25, mediante el coeficiente de Rho de Sherman. Se obtuvieron los siguientes resultados: Permite comprobar el valor de la significancia, el cual 0.180 es mayor que $P = 0.05$ la cual se acepta la hipótesis nula; esto significa que no existe relación entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador. Mientras que en la segunda hipótesis se rechaza la hipótesis nula; esto significa, que si existe la relación significativa y directa entre control interno de la segunda dimensión de la gestión de venta en la comercialización: porque permite comprobar el valor de la significancia, la cual es $r = 0.0011$ es menor que $P = 0.05$.

Palabras claves: Control interno, gestión de ventas, funciones, políticas, procesos

ABSTRACT

In the tabulated investigation “Internal control in the sales management of a hardware company ABC city of Guayaquil Ecuador – 2019”, the present work had the general objective of determining the relationship between internal control and the sales management of the hardware company ABC of the city of Guayaquil Ecuador. Regarding the methodology, it was applied in a hypothetical-deductive method, it is a reasoning technique that begins with the analysis of the results of universal principles and proven validity, with a non-experimental - cross-sectional design, because the study variable will not be manipulated with a type of correlational investigation, it is possible to examine the relationship between internal control and sales management of the hardware company ABC. The sample was non-probabilistic since the present study is census, in which a population of 15 workers from the administrative area of the hardware store was considered, to obtain the data the two variables were used: internal control and sales management, Statistical software SPSS 25 was used to process the data from the questionnaires for both variables, using the Sherman's Rho coefficient. The following results were obtained: It allowed to check the significance value, which 0.180 is greater than $P = 0.05$, which accepts the null hypothesis; This means that there is no relationship between internal control and the sales management of the hardware company ABC in the city of Guayaquil Ecuador. While in the second hypothesis the null hypothesis is rejected; This means that if there is a significant and direct relationship between internal control of the second dimension of sales management in marketing: because it allowed us to check the value of significance, which is $r = 0.0011$, it is less than $P = 0.05$.

Keywords: Internal control, sales management, functions, policies, processes

I INTRODUCCIÓN

Las nuevas tecnologías y las aplicaciones económicas por la globalización repercuten en todas las empresas que han venido evolucionando rápidamente, por ende, el control interno ha tenido que modificarse de los tradicionales e industriales lo que ha generado cambios a un nivel empresarial. Todas las organizaciones deberán adoptarse al nuevo control dependiendo del giro del negocio aplicando procesos eficientes y normas internas que son aplicadas por la organización, procedimientos y mecanismos de verificaciones para las evaluaciones, con el fin de procurar que todos los niveles administrativos y operativos sean más eficientes en las organizaciones. (Rodrigo Estupiñan, 2014)

“Todas las empresas deberán adaptarse al nuevo entorno empresarial como una visión al futuro que demuestren capacidad en los cambios y que los empresarios sean competitivos y tengan la rapidez en la comercialización de los productos, de los cuales se contribuye en buscar alternativa para lograr las metas propuesta y buscar formas más eficiente en los recursos de la empresa que me permita determinar la causa que provoca que existan pérdidas por diversos factores como; desvío de información, errores al controlar la mercadería, falta de responsabilidad y una mala administración, por ende, todas las organizaciones deben mantener controlado su inventario y así tener una correcta gestión de las ventas en donde se pueda evaluar la calidad de las funciones dentro de la organización” (Migueln Barquero, 2014).

Las principales actividades de las empresas ferreteras en Ecuador son la comercialización de productos industriales y ferreteros al por mayor y menor; en la actualidad comercializan varios artículos para la construcción. Debido al incremento del mercado ferretero a nivel nacional, surge la gran necesidad de aplicar controles internos administrativos y operativos es una herramienta que permita el desarrollo de un adecuado control, convirtiéndose en una herramienta importante para la gestión administrativa y operativa eficiente en las organizaciones (Mantilla Samuel, 2014).

La ferretería ABC, objeto del presente estudio de la ciudad de Guayaquil, siendo su principal actividad económica la venta de producto de ferretería al por mayor y menor, teniendo un posicionamiento firme en el entorno comercial local, cuenta con personal

administrativo y operativo que sabe con exactitud sus funciones. En la empresa ferretera se observa que no se tiene claro una buena estructura administrativa, por ende, esto afecta directamente al proceso de la gestión de venta, ya que la falta de control no permite que pueda ejecutarse o desarrollarse de manera óptima los procesos de las ventas que realiza la ferretería.

La ferretería carece de un manual de funciones que definan normativas de políticas que expliquen cómo realizar las tareas de cada empleado, tampoco existe una adecuada asignación de responsabilidades que facilite la verificación de pedidos y entregas de la mercadería, por ende, la devoluciones de la mercaderías afecta económicamente a la rentabilidad de la empresa debido a que no cuenta con procesos de comunicación entre todos sus integrantes lo que deriva que exista discrepancias al momento de ejecutar las ventas (Mantilla Samuel, 2014).

“La falta de procesos administrativos ocasiona que las actividades no sean ejecutadas de una manera correcta, el mismo que limita la supervisión a los vendedores provocando que los mismos tenga un comportamiento incorrecto en las funciones que se les encomienda la cual es mantener las ventas en un nivel de aceptación para el bienestar de la empresa ferretera.” (Walter Sánchez, 2017). Todo proceso que adopte cualquier empresa debe estar de acorde a las necesidades que presentan, es por ello que cuando se presentan problemas en cada área, la empresa se debe buscar soluciones que ayuden a fortalecer y superar dichas debilidades.

La falta de planificación entre los integrantes del equipo de trabajo de la ferretería ABC, provoca que el área de bodega y el departamento de ventas no puedan planificar de manera ordenada los pedidos y despachos de la mercadería, provocando que la mercadería tenga inconvenientes en el momento de su entrega y no llegue a su destino final. La falta de coordinación y de procesos en la gestión de ventas genera que la empresa tenga una disminución en su rentabilidad, la pérdida de un cliente estaría provocada por la mala relación entre los encargados del proceso de venta, por ende, la administración deberá tomar medidas alternativas que coadyuven a superar los problemas internos de la ferretería (Mantilla Samuel, 2014).

Por tanto, la presente investigación pretende realizar un diagnóstico y una evaluación al proceso de la venta en ferretería ABC, evaluar cómo estas puedan estar relacionadas entre sí. A continuación, se detallarán trabajos internacionales y nacional relacionados con las variables del tema de estudio.

En los trabajos internacionales tenemos que, según Cantos Bernal (2017), en su tesis de Maestría MBA, y cuyo título es “Gestión estratégica en el control interno en el área administrativa de ventas de la empresa DERCO ,2016” Perú. Determinó el siguiente objetivo que consiste en determinar la relación entre la gestión estratégica y control interno administrativo de la empresa DERCO S.A, dentro la investigación el autor aplicó un método hipotético deductivo que consiste de emitir la hipótesis y comprobar los datos de la muestra y, además, su trabajo fue no experimental ya que las variables no serán manipuladas.

En la presente investigación el autor examinó la relación existente entre ambas variables, tomando como población a 40 trabajadores administrativos de la empresa DERCO S.A, aplicó el método de Alfa de Crobach a una empresa similar obteniendo los siguientes resultados; para la gestión estratégicas obtuvo 0.81 y para control interno obtuvo 0.87, la cual le permitió que los instrumentos sean válidos y aplicables, también aplicó el método correlacional de RHO Spearman obteniendo los siguientes; el 78% un control regular en la gestión estratégica y control interno, 20% a firma a veces perciben gestión estratégica y control interno, y el 13% mencionan que la gestión estratégica y control interno es malo en Derco S.A.

Panduro (2017), en su tesis de Maestría en Finanzas y Tributación, cuyo título es, “Control interno y toma de decisiones en el programa nacional de infraestructura educativa, 2016” Perú, planteo el siguiente objetivo general que es determinar la relación entre control interno y la toma decisiones en personal administrativo del programa nacional de infraestructura educativa del Ministerio de educación”. La metodología que utilizó fue el método hipotético deductivo que supone un supuesto o afirmaciones, donde la hipótesis será rechaza o aceptada, después de lo ante mencionado se determinó que es un estudio correlacional, además la investigación es no experimental y transversal.

Se aplicó una prueba piloto mediante el método alfa Cronbach, para ambas variables a una empresa similar mediante un cuestionario de 40 elementos obteniendo para el control interno una confiabilidad del 0.88 la cual es aplicable y para la siguiente aplico un cuestionario de 25 elementos que obtuvo como resultado del Alfa de Cronbach de 0.78 la cual es aplicable para el trabajo de investigación. Como resultado de los datos y el análisis estadístico obtenido de acuerdo con los objetivos obtuvo los siguientes:

- A. Descripción del resultado de control interno se observó en el análisis estadístico que un 49% es un nivel eficiente, mientras que el 40 % lo percibe un nivel regular y además mencionaron que el 19% el control interno es deficiente, después de observar los resultados hay una deficiencia del 18%, donde se deberán tomar más corrección adecuada para mejorar ambas variables.
- B. Descripción de resultados obtenido de toma de decisiones la cual se observó que los datos estadísticos que el 40 % si percibe un nivel adecuado, mientras que el 33% menciona que perciben la toma de decisión es deficiente y el 27 % perciben que es regular la toma de decisión, estos resultados permitieron que la toma decisión del programa nacional de infraestructura educativa es un nivel adecuado.

Tapia (2016), según su Maestría en finanzas, cuyo título es “Control interno y capital de trabajo de la empresa Valve Automation SA”, Perú, determinó como objetivo general determinar la relación entre el control interno y el capital de trabajo de la empresa Valve Automation SA – Miraflores .teniendo un diseño de estudio no experimental transversal la que tiene como propósito describir la variable de estudio obteniendo datos confiables y representativos para el análisis estadístico y la interpretación, la población está involucrada en el estudio por el gerente y el personal administrativo de 56 trabajadores tomando como ejemplo a una empresa similar de 30 integrantes que obtuvo como resultado para la confiabilidad de estudio, para control interno 0.90 y capital de trabajo 0.88 es decir la investigación tiene un nivel de confiabilidad muy alto que está permitido por encima del 0.70 que es aplicable.

Respecto a las investigaciones nacionales que guardan relación con el presente trabajo tenemos que, según Luz (2017), en su trabajo de tesis de maestría cuyo tema es “Control interno en el área de venta para mejorar la rentabilidad en Borleti C.A” Guayaquil Ecuador, determinó como objetivo general diseñar el sistema de control interno para fortalecer las

ventas mejorando la rentabilidad en la empresa Borleti S.A, siendo una investigación con un diseño Correlacional descriptiva porque permite el entorno de la empresa específicamente al departamento de ventas y determinar la relación existe entre la variable de estudio, como población se tomaron a los trabajadores de la empresa que son 38 personas divididos en 10 administrativos y 28 de plantas, siendo una población finita porque solo se le ha tomado una muestra al área administrativo que son 10 personas.

Como resultado se deberá diseñar proceso de control al área de ventas para mejorar su rentabilidad, implementando fortalezas y aprovechando de manera eficiente sus recursos, contando con la información suficiente que permita encontrar soluciones concretas y así tener mayor competitividad en el mercado minimizando costos y gastos. La empresa deberá implementar políticas de ventas, procesos de ventas, política y procedimientos de cobranzas y contando con indicadores de liquidez.

Gabriela (2018), en su tema de maestría denominado “Control interno en la gestión de inventario de la empresa Comautor S.A”, Guayaquil Ecuador, determinó como objetivo general determinar la relación entre el control interno en la gestión de inventario de la empresa Comautor S.A, siendo una investigación descriptiva y con un enfoque cuantitativa, porque la cual se trata de especificar lo que va a suceder, como técnica de entrevista dirigida al gerente general y como instrumento el cuestionario dirigido a 16 colaboradores administrativos, después se tabularán los resultados los cuales permitirá tomar decisiones correctivas referente al control interno.

Como resultado se obtuvo que nivel de cumplimiento del control interno se dedujo que tiene como objetivo fundamental encontrar cuales fueron los errores más frecuentes y analizar cada uno de ellos según los principios de COSO I y también analizar los indicadores de liquidez, rentabilidad, endeudamiento y eficacia. Determinando que, si se aplican los componentes de control interno, pero mediante la observación directa se verifico que no se realiza una evaluación de los indicadores financieros que afectan directamente al inventario.

Benítez (2016), en su tema de tesis titulada “Diseñar el sistema de control interno administrativo, financiero y contable para la ferretería my friend” Ibarra Ecuador se determinó como objetivo general diseñar un sistema de control interno administrativo,

financiero y contable para Ferretería My Friend, se aplicó una investigación de campo y un diseño descriptivo, para identificar la población se ha tomado de censo ya que el total de trabajadores son 3 y la entrevista al gerente general y 3 encuestas a los colaboradores de la ferretería. Como resultado se determinó que la ferretería no consta con una estructura organizacional ni un organigrama definido por motivo de ser un negocio familiar, no existe buen control interno solo aplica lo básico para controlar las ventas diaria y cancelar los pagos a los proveedores.

Teorías relacionadas al tema

“Actualmente las empresas ha evolucionado mediante la implementación de controles administrativos y operativos ya que son instrumento administrativo que permite alcanzar las metas planteadas en la empresa, todo control debe fortalecer los procesos y los indicadores de rendimiento” (Walter Sánchez, 2017). Todo proceso de control que ejecute la gerencia para bienestar de la empresa debe tener una estructura establece que brinde confianza para ejecutar las actividades de manera eficiente, por ende, consigue cuatro puntos de vital importancia en la consecución de los mismos mencionados a continuación:

- Efectividad y eficiencia de las operaciones de la entidad.
- Confiabilidad de la información financiera de la empresa.
- Cumplimiento de las leyes y normas que sean aplicables en la organización.
- Salvaguardia de los recursos de entidad. (Walter Sánchez, 2017)

(Arwing, 2016) “the internal controls have been done within the framework of the task of evaluating internal controls broaden the perspective”. Los controles internos se han realizado en el marco de la tarea de evaluar los controles internos para ampliar la perspectiva. Valuación de controles internos como parte de la revisión de estados financieros.

El control interno establece las actividades administrativas dentro de la organización que deberán ser ejecutada eficientemente en las áreas administrativa y financiera de la entidad, por ende, la información deberá ser clara ,segura y confiable para el ingreso en el sistema contable , se deberá cumplir con los reglamento interno que tiene la empresa, “de acuerdo con lo estipulado en la teoría de COSO manifiesta que los proceso de control son: Ambiente de control, Actividades de supervisión, Evaluación de riesgo, Actividades de control, Actividades de supervisión, Información y comunicación” (Rodrigo Estupiñan, 2015).

(Burrows Lan, 2016) “The main objectives of the Internal Control over the process of accounting closing and financial reporting are”. Entre los objetivos del Control Interno referente al cierre ciclo Contable y al reporte financiero tenemos los siguientes:

- a) El cierre oportuno, confiable y preciso de los libros contable
- b) Emitir informes reales de los estados financieros.
- c) Llevar a cabo la presentación de informe de manera eficiente al ente regulador de control.

En numerosas ocasiones a nivel nacional e internacional según los datos dados por las normas técnica de Spanish audit issued en 1991 por el Instituto de Contabilidad y Auditoría de cuentas- ICAC, ha mencionado que todo plan, método y procedimiento aseguran los recursos financieros de la empresa, y que deben ser administrado eficientemente dentro de la entidad, es decir que todos los activos deberán ser protegidos mediante los registros contables y que la información sea confiable permitiendo desarrollar eficazmente y que cumplan lo establecido por administración (COSO III, 2014)

Control interno es un proceso integrado por principios, procedimientos, mediante los cuales se procura establecer un orden de las actividades tanto operativa y administrativa, protegiendo sus recursos de manera eficiente bajo las norma y políticas legales subministrada por administración, por ende, mediante la planeación se obtendrán la ejecución de todos los propósitos planeados por la organización.

- Determinar un adecuado proceso de control
- Disponer de un sistema de evaluación ajustado a las necesidades de organización o ente económico.
- Determinar la aplicación de normas y procedimientos, salvaguardando los bienes y recursos, protegiendo la información financiera de la entidad.
- Propender por la apropiación y aplicación de las políticas en la ejecución planes, programas y proyectos.
- Lograr que la empresa cuente con controles eficientes, eficaces y económicos para implementar de manera consciente y crear un ambiente de autocontrol (Rodrigo Estupiñan, 2015).

(Christine H, 2015) “Risk- based internal controls”. Controles internos basados en riesgos. “A risk – based controls approach properly leverages resources and can reduce the cost of an overall internal controls program and, more importantly, the approach ensures that the control properly mitigates the risk”. Un enfoque de controles basados en el riesgo aprovecha adecuadamente los recursos y puede arruinar el costo de un programa general de controles internos y. Más importante aún, este enfoque garantiza que el control mitiga adecuadamente el riesgo

Dimensión 1.- Ambiente de control consiste que influyen todo el personal con respecto de controlar sus actividades administrativas y operativas, es una de la esencia principal del ambiente, de las normas y de los procedimientos, la empresa debe cumplir con todos los procesos que dictamina la organización. “La empresa tomará las correcciones que sean necesarias evitar riesgos, protegiendo así las actividades de la organización, para poder alcanzar las operaciones de la organización y los objetivos planteados por la administración con el propósito de alcanzar las metas propuestas” (Rodrigo Estupiñán, 2015).

“Toda empresa debe llevar sus actividades a un nivel administrativo eficiente y así cumplan con las expectativas mediante políticas regida por gerencia, esto comprende en todo campo administrativo de la organización se puedan hacer las respectivas verificaciones, análisis de los resultados que arroje las actividades realizada por la entidad. un eficiente ambiente de control tiene como prioridad lograr las metas propuesta por la empresa de forma coordinada sin que se vea afectada la parte operativa y administrativa” (Informe COSO, 2015).

Los hábitos y la prioridad establecen la conducta ética para todos los colaboradores en la empresa mediante su desenvolvimiento laboral, mediante el control se establecen los valores del personal que conforman la entidad, por ende, se deberá tener cuenta la forma de comunicar y expresar ética conductas de los colaboradores. “La gerencia debe dar ejemplo de respecto ya que los colaboradores siempre quieren ser como su jefe y imitando sus acciones, además se debe tomar en cuenta los factores anversos que contradicen la buena conducta debilitando así la ética de los integrantes de la empresa, provocando que el control de las actividades no tenga el respaldo por la administración.” (Informe COSO, 2015).

“La competencia del ambiente de control es demostrar cultura y destreza que debe tener las personas del área administrativa lo que le permitirá cumplir eficientemente su labor diaria dentro de la organización. Además, la junta directiva es el órgano que regula y perfila el proceso de control, determinado que el personal que tenga experiencia que le permita ejercer sus actividades de forma adecuada permitiendo así intelectual con los auditores interno y externo. (Walter Sánchez, 2017).

“En cuanto a la Filosofía administrativa y estilo de operación son factores más relevantes como las actitudes mostradas hacia la información financiera, el procesamiento de los principios y criterios contables entre otros elementos que influyen en el ambiente de control son: estructura organizativa, delegación de autoridad y responsabilidad y políticas del departamento de gestión de talento humano” (Informe COSO, 2015).

(Matthew Leitch, 2014) “intelligent internal control and management. Effectiveness and efficiency of the entity's operations, Reliability of the company's financial information Compliance with the laws and regulations that are applicable in the organization, safeguarding the entity's resources “El control interno. Efectividad y eficiencia de las operaciones de la entidad, Confiabilidad de la información financiera de la empresa, Cumplimiento de las leyes y normas que sean aplicables en la organización, Salvaguardia de los recursos de entidad”.

Dimensión 2.- Actividad de control son realizada por la administración y personal operativo haciendo cumplir cada función designada o direccionada entre los integrantes cada departamento organizacional de la empresa, son importante porque en su mismo entorno se aplicará de manera eficiente, dictando procesos evaluativos de cumplimiento logrando hacia cumplir con todos los proyectos, misión, objetivos planteado por la gerencia de la organización. “Estas actividades tiene tres categorías como es: Control de operación, de información financiera y cumplimiento, teniendo hacia una protección efectiva de los recursos y actividades de toda la información que posee la empresa. (Mantilla Samuel, 2014).

“las actividades de control poseen procesos administrativos y operacionales haciendo estos específicos o preventivo correctivo, todas estas apuntan hacia los riesgos de las

actividades que realiza la organización y que sea beneficioso para la empresa protegiendo sus recursos de manera eficiente en la ejecución de sus objetivos. Ejecutar de manera eficiente las actividades de control permitirá la correcta realización de sus operaciones, pero también en ejecutar los procesos internos de cada departamento de la empresa” (Rodrigo Estupiñan, 2015).

Dimensión 3.- Supervisión o seguimiento de la actividad, es un proceso que supervisa todas las actividades del buen funcionamiento estableciendo eficacia y eficiencia que le permita controlar de una forma adecuada y dinámica fortalecer las debilidades existentes. “En supervisión podemos identificar cuáles son las deficiencias de los controles administrativo y operativos, de las cuales podemos promover su reforzamiento de la manera más correcta e idónea para corregir esas deficiencias dentro de la empresa superando cada área de manera eficiente” (Rodrigo Estupiñan, 2015).

“La supervisión diaria permitirá tener control de los objetivos y verificar el cumplimiento de los mismo, evaluar los riesgos interno de la organización, la gerencia debe supervisar si el control interno cumple a cabalidad y si es importante su ejecución, deberá tomar los correctivo correspondiente siempre cuando lo exija la organización”(Mantilla Samuel, 2014).

La supervisión puede llevarse a cabo durante un diagnóstico de evaluación de las diferentes áreas administrativa en la institución, se realizará por separado y el trabajador que no es parte de las actividades como son los auditores externos es lo más recomendable y la mejor opción. Por ende, la supervisión de las actividades está conformado por los siguientes puntos:

- Supervisión del rendimiento de las actividades.
 - La revisión del respectivo soporte de control de las actividades realizadas diariamente por las personas asignada de cada área.
 - Aplicaciones de procedimientos de seguimiento y cumplimiento para todos los niveles administrativos de la empresa.
 - La evaluación del control interno que se está aplicando sea más eficiente y eficaz.
- (Meléndez Torres, 2016).

- Control administrativo es un proceso que la empresa adopta en los métodos y procedimientos administrativos que puede ayudar mediante técnicas de auditoría para evaluar la eficiencia de los niveles administrativos y financieros para que la empresa puede lograr los objetivos y metas propuestos.
- Mantener una información confiable y segura de la situación financiera que le permita tomar decisiones económicas a la empresa.
- Mantener una buena coordinación de las actividades financieras. Operativa y administrativas.
- Asegurarse que se estén logrando toda la meta establecida por la empresa.
- Mantener una ejecutoria eficiente administrativa en la empresa.
- Determinar que se cumplan todos los procedimientos y las políticas administrativas y contable establecida por la empresa texto expuesto por (Mantilla Samuel, 2014).

El control contable en toda estructura organizacional es necesario para obtener un programa integral estructurado y codificado para todas las funciones financiera, surge como un instrumento contable administrativo. Es un plan que integra todos los métodos relacionados principalmente con los registros financieros y, por ende, obteniendo los objetivos siguientes:

- Que le permita registrar todas las transacciones en forma sistemáticamente, y que sean precisa y segura en todos los reportes diarios de la entidad económica y financiera de la organización.
- Que todos los reportes financieros cumplan eficazmente con la información requerida por la administración de la empresa. apropiadas acciones correctivas, según lo estipula (Rodrigo Estupiñan, 2015).

Es establecen los siguientes procesos como elementos para la ejecución correcta del control interno:

- Estructura organizacional. - Está dado por funciones, responsabilidades y tareas para cada departamento, y además se especifica función de actividades a los empleados.

- Sistemas y procedimiento. - Es un sistema adecuado que permite registrar las transacciones y además los procedimientos ya sean en términos financieros de la entidad.
- Elementos de personal. - Es la práctica sana y segura mediante la cual se determina todas las funciones que debe realizar el personal en la empresa exigiendo con prontitud que se deban cumplir con todas las expectativas que requiere la administración de manera satisfactoria en la empresa, con normas de calidad y mediante la ejecución clara comunicando al personal de la entidad.
- Elementos de supervisión. – Es la función mediante la cual se examina la funciones de la empresa de manera factible siendo apoyo logístico para consecución de logro en la organización (Meléndez Torres, 2016).

Los principales objetivos del control interno comprenden plan de acción y procesos eficiente para asegurar todos los niveles administrativos y operativos sean más eficiente en las custodias de los recursos de la empresa:

- Protección total de los recursos y bienes en la entidad.
- Verificar que la información contable tenga validez en la empresa.
- Verificar que las políticas establecida por la entidad sea aplicada.
- Cumplir con la misión y los objetivos propuesto por la organización.
- Prevenir los fraudes y errores en las organizaciones.
- Descubrir las falencias y los hurtos administrativos y operativos de la empresa, según lo estipula (Miguel Barquero, 2014).

“Contribuye en la seguridad de los sistemas administrativos y operativo que utiliza la empresa, evaluando toda la estructura organizacional y permite ayudar al logro de los objetivos institucionales. Todo los controles administrativos y operativos de la organización es clave para todo gerente administrativo y financiero tome las debidas correcciones en bien de la empresa aplicando los debidos procedimientos de políticas para alcanzar los objetivos propuestos” (Mantilla Samuel, 2014).

A continuación, se detallará la segunda variable del objeto de estudio.

“Gestión de venta ,en toda empresa comercial es el pilar fundamental que permite fortalecer el ofrecimiento de la mercadería en un mercado competitivo, el éxito depende

directamente de las cantidades de productos vendidos a los clientes el cual significa un beneficio rentable para la organización” (José Serrano, 2016).

Generalmente las ventas se orientan a la atención al cliente lo que produce que se satisfaga las necesidades y los requerimientos que exige el cliente mediante la buena atención y el ofrecimiento de los productos o servicios. Todas las personas involucradas en el proceso del marketing comercial deben dirigir su atención a todas las actividades que realicen y que le permitan estimular las ventas y que puedan tomar una decisión acertadas favorables en beneficio de la organización (Johston Mark W, 2014).

“La gestión de ventas es un proceso que permite determinar la necesidad y el deseo de cada uno de los clientes, mediante el cual se determina la calidad del producto a ofrecer a los cliente de motivarlos para adquirirlos, la gestión de ventas es importante y esencial para todo nivel empresarial ya que tiene las oportunidades de ofrecer varios productos y servicios para las satisfacciones a los clientes” (Tony Adams, 2017). Las decisiones de vender los productos lo pueden hacer de manera directa mediante los canales de distribución o mediante los procesos de venta que tiene la empresa. “La esencia de la administración de ventas es la dirección del personal del área de mercadotecnia o marketing que es la encargada de la responsabilidad que implica desde los proceso de reclutamiento del personal, selección, entrenamiento del equipo de venta y la motivación hasta las evaluaciones del desempeño y las determinación de las medidas correctiva que sean necesaria para un buen funcionamiento del personal de ventas” (Morales Torres, 2014).

La parte importante de toda empresa es la gestión de venta es su función comercial del marketing que posee tres áreas más importantes que son, la estrategia, funciones, responsabilidad y cumplimiento de cada ejecutivo. “La gestión de conocimientos y relación que se tiene con los clientes y el control necesario que es ejecutada por el equipo de ventas de la organización, el marketing es una función importante para la gestión comercial y cuya comercialización de los productos en los diferentes mercados en el seguimiento de las actividades de la empresa” (Manuel Artal, 2014).

“La gestión de ventas es la fuerza de toda empresa comercial y cuyo proceso es realizada por los ejecutivos de ventas que están involucrados por las estrategia como son: la planificación de las actividades y la implementación de la fuerza de ventas que son ejecutada

por los asesores comerciales, como también las evaluaciones y el control de las actividades de las ventas que permite hacer un diagnóstico muy eficiente de cómo se está realizando el proceso por las personas encargadas de cada función en la segmentación de mercado, por ende, una buena administración de las ventas evidencia una superación de la vida comercial de la empresa” (Tony Adams, 2017).

Después de haber mencionado la teoría de la gestión de ventas por diferentes autores, se tomarán en cuenta las tres dimensiones relacionadas a la segunda variable del caso de estudio: Marketing, comercialización, control y seguimiento de las actividades de ventas de la empresa.

Dimensión 1.- Marketing, se orienta desde el mercado y está reconocido como parte indispensable para la empresa el cual permite alcanzar las metas planteadas por la administración, y se refleja en el planteamiento fundamental del negocio que le da al cliente la máxima prioridad para satisfacer sus necesidades, el marketing es la orientación que se le da al cliente mediante la coordinación de ofertas, promociones y así poder llegar con facilidad para que puedan adquirir el producto o servicio, logrando alcanzar un posicionamiento en el mercado (William J Y Staton, 2015).

Dimension 2. Comercialización, es la realización de las actividades comerciales que se orientan al flujo de bienes y servicios de la mercadería hacia el consumidor, lo cual permite satisfacer las necesidades de los clientes afianzando los objetivos económicos de la empresa. “La comercialización comienza con la selección de los productos, entrega eficiente de la mercadería, la satisfacción de los clientes, la fijación de los precios y las políticas de créditos y cobranza siendo este último un ente primordial para la ejecución del pago de los valores por la gestión de venta” (Johston Mark W, 2014).

Dimensión 4. Control y seguimientos de las actividades de ventas, podemos determinar que es la gestión de recolectar datos y el monitoreo de todos los productos vendidos por los gestores de ventas de la empresa. “Es una forma de saber todos los movimientos y acciones que ocurren en la gestión de venta y también hacer el uso de la información para lograr el éxito empresarial, los principales beneficios de tener un control de las actividades de las ventas es con el fin de que sea más eficiente para la organización y que le permita alcanzar

los resultados y metas propuestas, con una buena planificación con informes diario o mensual de todos los clientes y el seguimiento de los productos vendidos, contar con una cartera de potenciales clientes teniendo una zona y ruta geográfica bien definida para la distribución de los productos” (Torres, 2015).

Habiendo teorizado las variables de estudio se presentan los siguientes problemas siendo estos general y específicos, siendo el problema general conocer cuál es la relación que existe entre el control interno administrativo y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019, y los problemas específicos; Qué relación existe entre el ambiente de control interno en la gestión de ventas de una empresa Ferretera ABC; Qué relación existe entre control interno de la actividad en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC; Qué relación existe entre la supervisión o seguimiento en la gestión de ventas en la empresa ferretera ABC.

El siguiente trabajo de investigación se justifica porque se necesita conocer cuál es la relación existente entre control interno y la gestión de ventas de la ferretería ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador, mediante las teorías relacionadas con el objeto de estudio, es necesario conocer la mayor objetividad de las actividades en la gestión de ventas y verificar si se aplican los debidos controles de manera eficiente en la empresa ferretera que permita tomar decisiones en la evaluación de las actividades, es decir que va ayudar obtener una mejor rentabilidad en la entidad. Se realizó respetando procedimientos y las técnicas de investigación e instrumentos que fueron los empleados para demostrar la validez y la confiabilidad de la investigación.

La empresa ferretera no dispone de controles que puedan solventar con exactitud la gestión de ventas debido a la falta de coordinación de sus integrantes, el presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, aplicando un método deductivo que es el razonamiento científico para tomar las conclusiones y el análisis de los resultados, se aplicó los cuestionarios para medir la deficiencia encontrada en la ferretería de la cuales es una investigación no experimental transversal debido a que no se van a manipular las variables de estudio, con un diseño correlacional el fin de la presente investigación es examinar la relación entre ambas variables en la ferretería ABC.

A continuación, se establece la siguiente Hipótesis.

Existe una relación significativamente entre el control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC; H1. Existe una relación significativamente entre control interno en la gestión de marketing de la empresa ferretera ABC; H2. Existe una relación significativamente entre control interno en la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC; H3. Existe una relación significativamente entre control interno en la gestión de control y seguimiento de las actividades de la empresa ferretera ABC.

A continuación, se establecen los siguientes objetivos, siendo el objetivo general determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC, y como objetivos específicos tenemos; OE1. Analizar la relación existente entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC; OE2. Analizar la relación existente entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC; OE3. Analizar la relación existente entre control interno y seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC.

II MÉTODO

2.1 Diseño de investigación

La presente investigación se realizó bajo un método hipotético deductivo el cual consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones en el problema planteado y además de comprobar los datos disponibles de la muestra si estos están de acuerdo con aquellas hipótesis planteadas. “El método hipotético deductivo tiene varios pasos esenciales en la investigación científica los cuales ayudan a interpretar la hipótesis del problema de estudio y buscar alternativas que permitan dar solución o un enfoque alternativo al problema de estudio planteado” (José Cegarra S, 2014).

La presente investigación se determinó que tiene un diseño no experimental- transversal, por ende, no van a manipular la variable de estudio, control interno y la gestión de ventas en la empresa ferretera ABC, la recolección de la información se dará en el momento en que se describan las variables, analizando la interrelación en el tiempo estipulado . (Roberto Sampieri H, 2015)

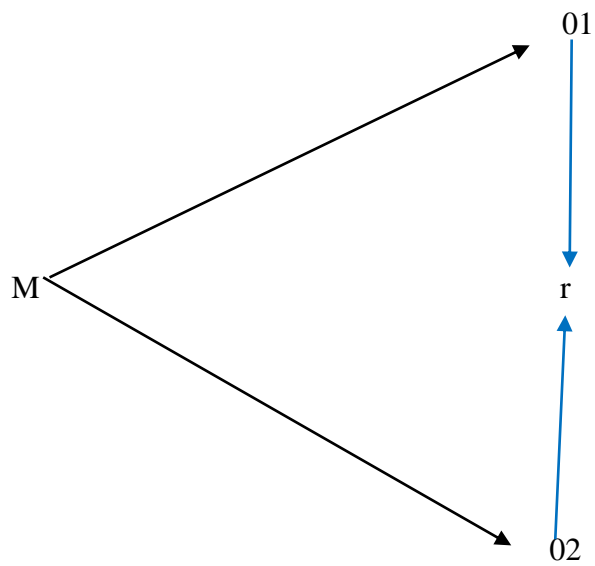
“Se observará el objeto de estudio mediante la interpretación de la hipótesis comprobando su aceptación o rechazo, lo que obliga al investigador a profundizarse más en los datos recopilados para obtener una información real que permita tener una veracidad de los datos que fueron objeto de estudio ” .(Muñoz Carlos , 2014).

“La investigación Correlacional consiste en la relación que existe entre las dos variables, el cual mide la relación entre ambas dentro del caso de estudio, es de tipo no experimental donde el investigador debe profundizar y sacar una relación y la medición de ambas variables mediante un proceso estadístico entre ellas” (Roberto Sampieri H, 2015).

En la ferretería ABC se examinará ambas variables de manera significativa y se determinará una relación entre ellas.

El presente trabajo de investigación aplicamos un diseño Correlacional para describir que relaciones existen entre las dos variables independiente y la dependiente en la misma unidad de investigación de estudio.

Como esquema del diseño Correlacional:



Dónde:

M: Representa la muestra de los colaboradores de la ferretería ABC.

O 1: Control Interno.

O 2: Gestión de Ventas.

r: es la relación existente entre las dos variables

2.2 Matriz de la Variable de la Operacionalización

Tabla 1: Matriz de la operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Instrumentos
Control interno	El control interno establece las actividades administrativas dentro de la organización que deberán ser ejecutada eficientemente en las áreas administrativa y financiera de la entidad, por ende, la información recolectada deberá ser clara, segura para el registro contable en la empresa, y además el cumplimiento de leyes, reglamentos y políticas internas aplicada por la empresa. (Rodrigo Estupiñan, 2015).	1. Ambiente de control. 2. Actividad de control. 3. Supervisión y seguimiento de control.	Control interno de gran ayuda para que los administradores puedan aplicar procesos de manera eficiente en las áreas donde se presenten problemas con el ámbito de resolverlos o buscar alternativas de solución.	Estructura Integridad y valores Participación Eficiencia Manual de procedimiento Revisión de políticas. Procedimientos Información Seguimiento	Como técnica: La encuesta. Como instrumento: El cuestionario.
Gestión de ventas	La gestión de ventas es la fuerza de toda empresa comercial y cuyo proceso es realizada por los ejecutivos de ventas que están involucrados por las estrategia como son: la planificación de las actividades y la implementación de la fuerza de ventas que son ejecutada por los asesores comerciales, como también las evaluaciones y el control de las actividades de las ventas que permite hacer un diagnóstico muy eficiente de cómo se está realizando los proceso por las personas encargada de cada función en la segmentación de mercado (Tony Adams, 2017)	1. Marketing 2. Comercialización 3. Control y seguimiento de las actividades de ventas	Se basa en tres demisiones para determinar gestión de ventas. Marketing, comercialización y control y seguimientos de las actividades, se les aplicará a los colaboradores de la empresa ferretera.	Estudio de mercado Necesidades Promociones Posicionamiento del producto. Productos. Recibe puntualmente Satisfacción del cliente. Oferta de productos Estado del producto Comprobante de ventas Stock Variedad de productos Posventa Garantía del producto	

2.3. Población y muestra

Población

Es el total de los integrantes que conforman el universo que formaran parte de la investigación a realizar, donde se extraerá una parte para ejecutar el muestreo. (Según Jany) la población es el conjunto de individuos con característica similares a quienes se les realizara un proceso de análisis sobre la información recopilada (Muñoz Carlos , 2014). El presente objeto de estudio, de la población está formada por los 15 colaboradores administrativos de la empresa ferretera de la ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019.

Muestra

“Es un subconjunto derivado de la población, por ende, de ella se establece el proceso para la recolección de datos que forman parte de la investigación para su posterior análisis e interpretación” (Alvarez Carlos M, 2014). La presente investigación tendrá un estudio censal, siendo su población finita ya que todos sus integrantes se tomarán en cuenta para el estudio denominándose muestra censal, para aplicar la muestra en la empresa ferretera ABC, se consideró el total de 15 colaboradores administrativos de la empresa ferretera.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Refiriéndose a las técnicas que serán los medios empleados para la recopilación de datos tales como: la observación, la encuesta y el cuestionario para luego analizar los resultados obtenidos.

Técnica

“La técnica de la encuesta es el proceso mediante el cual se procede a la recopilación de información de una manera adecuada que indaga sobre la conducta y experiencia de las personas referente a sus valores, actitudes y características personales, la encuesta consiste en realizar una evaluación de las personas involucradas con el propósito de obtener información sobre lo deseado y cuyos resultados serán analizados y tratados estadísticamente” (Roberto Sampieri H, 2015). En empresa ferretera ABC, se aplicará la encuesta a 15 colaboradores administrativo quienes son los involucrados en la problemática que se plantea en el caso de estudio, ya que la muestra tomada es un estudio censal.

Instrumento

En el presente trabajo se utilizarán dos cuestionarios como instrumentos para la recolección de datos de acuerdo a las dos variables con 12 preguntas para medir el control interno y la gestión de ventas. “Todo instrumento debe cumplir con los siguientes requisitos fundamentales como son: la confiabilidad y la validez, comprendido estos requisitos se aplicarán instrumentos confiables y con la validez correspondiente a cada pregunta realizada”. (José Cegarra S, 2014).

El cuestionario estará direccionado a los integrantes administrativo de la ferretería ABC, se describen los siguientes datos:

Tabla 2: Datos control interno

Datos generales	Datos generales del cuestionario
Título:	Control interno
Autor:	Ing. Bravo Alay Santo Sebastián
Procedencia:	Guayaquil Ecuador.
Duración:	De 20 a 30 minutos de la encuesta.
Significado:	Está dirigido a medir el nivel de control interno de la ferretería ABC.
Estructura:	La escala contiene de 12 ítems, con una alternativa de respuesta de 1 a 5 de opciones en la escala de Likert: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4). Siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por dimensiones e indicadores de que los ítems presentan una forma positiva de la variable de control interno.

Tabla 3: Datos Gestión de ventas

Datos generales	Fecha técnica de cuestionario
Título:	Gestión de ventas
Autor:	Ing. Bravo Alay Santo Sebastián
Procedencia:	Guayaquil Ecuador.
Duración:	De 25 minutos.
Significado:	Está dirigido a medir el nivel de Gestión de ventas de la ferretería ABC.
Estructura:	La escala contiene de 12 ítems, con una alternativa de repuesta de 1 a 5 de opciones de la forma Likert: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5). Asimismo, escala está conformada por dimensiones e indicadores de que los ítems presentan una forma positiva de la variable de gestión de ventas.

Validez y confiabilidad primera variable

En este proceso se procedió a realizar una prueba piloto a 14 colaboradores trabajadores de una empresa ferretera Luz de América de Santo Domingo Ecuador, estableciendo que si existe una validez y confiabilidad del cuestionario de control interno.

Validez del instrumento

“El instrumento se ajusta a la necesidad de la investigación, la cual hace referencia a la capacidad de un instrumento para cuantificar de forma significativa y adecuada el riesgo para cuya medición ha sido diseñada, es decir que mide la característica para la cual fue diseñada en otra similar obteniendo una información real, como un criterio correlacional de la medición y así obtener el coeficiente de validez que permita determinar la objetividad del proceso a seguir” (Roberto Sampieri H, 2015).

Para la validez se aplicó el juicio de los dos expertos que conocen del tema sobre control interno y gestión de ventas, los expertos evaluaron con claridad, objetividad, coherencia y metodología del instrumento aplicado. La validez del cuestionario dio como resultado que si es aplicable para su ejecución.

Tabla 4: Resultados de la validación del cuestionario de control interno

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Jisonp Elías Gamboa Poveda	Aplicable
MSc. Merlis Janeth Jurado García	Aplicable

Nota: La fuente se la obtuvo de los certificados de la validez de los instrumentos.

Confiabilidad

“Es el grado de confianza que se ejecuta para su aplicación obteniendo una confiabilidad para su ejecución, al iniciar un estudio o investigación se debe hacer una prueba antes sobre una población directa, siendo esta prueba piloto la garantía de que investigación sea real y aplicable. Para el proceso se debe establecer una muestra diferente a la seleccionada con una población con características similares al caso de estudio, los resultados obtenidos mediante el método de Alfa de Cronbach permitirá la confiabilidad del cuestionario” (Roberto Sampieri H, 2015).

En la confiabilidad se realizó el método de Alfa de Cronbach con el cuestionario escala de Likert, que consta de 12 ítems y de 5 opciones, que fue aplicado a las 14 personas administrativas de una empresa similar de ferretería en la ciudad de Santo Domingo. De acuerdo al análisis se obtuvo un coeficiente de 0.72, lo cual es aplicable la confiabilidad de control interno.

Tabla 5: Índice de consistencia alfa de Cronbach para control interno

Alfa de Cronbach	No de elementos
0.72	14

Nota: La fuente se la obtuvo del coeficiente de la validez de los instrumentos.

La tabla indica el análisis de la confiabilidad, donde se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.72, es decir tiene una alta confiabilidad del instrumento el cual es aplicable en el trabajo de investigación.

Validez y confiabilidad para la segunda variable

En la confiabilidad se realizó el método de Alfa de Cronbach con el cuestionario escala de Likert, que consta de 12 ítems y de 5 opciones, que fue aplicado a las 14 personas administrativas de una empresa similar de ferretería en la ciudad de Santo Domingo. De acuerdo al análisis se obtuvo un coeficiente de 0.70, lo cual es aplicable la confiabilidad de gestión de ventas. (Roberto Sampieri H, 2015)

Validez

Para la validez se aplicó el juicio de tres expertos con conocimientos sobre control interno y gestión de ventas. Los expertos evaluaron con claridad, objetividad, coherencia y metodología del instrumento aplicado. La validez del cuestionario dio como resultado que si es aplicable.

Tabla 6: Resultados de la validación del cuestionario de gestión de ventas

Validador	Resultado de aplicabilidad
Dr. Jisonp Elías Gamboa Poveda	Aplicable
MSc. Merlis Janeth Jurado García	Aplicable

Nota: La fuente se la obtuvo del coeficiente de la validez de los instrumentos.

Confiabilidad

Se utilizó la prueba estadística Alfa de Cronbach con el cuestionario Likert, que consta de 12 ítems y de 5 opciones que fue aplicado a las 14 personas administrativas de una ferretería en la ciudad de Santo Domingo. De acuerdo al análisis se obtuvo un coeficiente de 0.70, lo cual es aplicable la confiabilidad de la gestión de ventas. (José Cegarra S, 2014)

Tabla 7: Índice de consistencia alfa de Cronbach gestión de ventas

Alfa de Cronbach	No de elementos
0.70	14

La tabla indica el análisis de la confiabilidad, donde se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.70, es decir tiene una alta confiabilidad del instrumento el cual es aplicable en el trabajo de investigación.

2.5 Procedimientos de investigación

Para el proceso de la recopilación de la información, se consideraron tres etapas indispensables para la ejecución de los instrumentos de investigación entre los cuales tenemos; la visita a las instalaciones de la empresa ferretera donde se realizaron las encuestas por cada variable de estudio; el tiempo en que se incurrió para la realización del trabajo de investigación; y el costo durante todo el proceso durante el desarrollo del trabajo donde se realizó un estudio piloto con individuos de una empresa similar de ferretería con el propósito de medir la confiabilidad del instrumento mediante la escala de Likert.

2.6. Métodos de análisis de los datos

Mediante el programa estadístico SPSS versión 25 se determinó relación entre las variables, el alfa de Crombach fue aplicado para la validez y la confiabilidad de los instrumentos, luego las dos bases de datos fueron procesadas en el programa estadístico SPSS 25, que nos permitió realizar el análisis estadístico descriptiva de la variable y dimensiones, el análisis se realizó en tablas de frecuencias y porcentaje de los niveles obtenido, fue un análisis descriptivo a través del método estadísticos del Caso Rho de Spearman para determinar la correlación entre las hipótesis del presente trabajo de investigación.

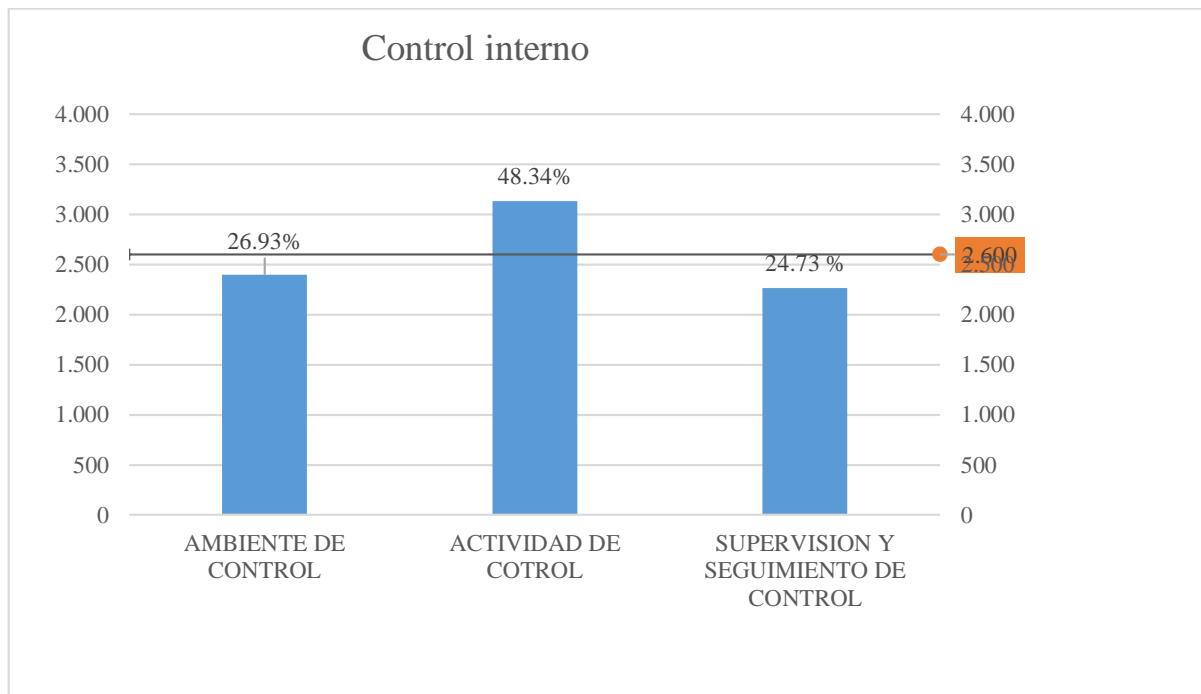
2.7. Aspectos éticos

En la presente investigación se demostró ética, valores y principios, cumpliendo con los procesos establecidos por la universidad Cesar Vallejo, se aplicó la seguridad de la información en las encuestas aplicadas a todos los participantes de manera voluntaria para la ejecución de los instrumentos de medición, manifestando las condiciones, derechos y responsabilidades que el estudio involucra donde asumirá la condiciones el informante. La investigación es propia donde se recogieron los aportes de diferentes autores como referencia los cuales fueron citados correctamente según las normas APA sexta edición respetando la propiedad intelectual, además paso por el proceso de Turnitin con el porcentaje por debajo del 25%.

III RESULTADOS

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC, Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 8: Nivel de control interno de la empresa ferretera ABC.



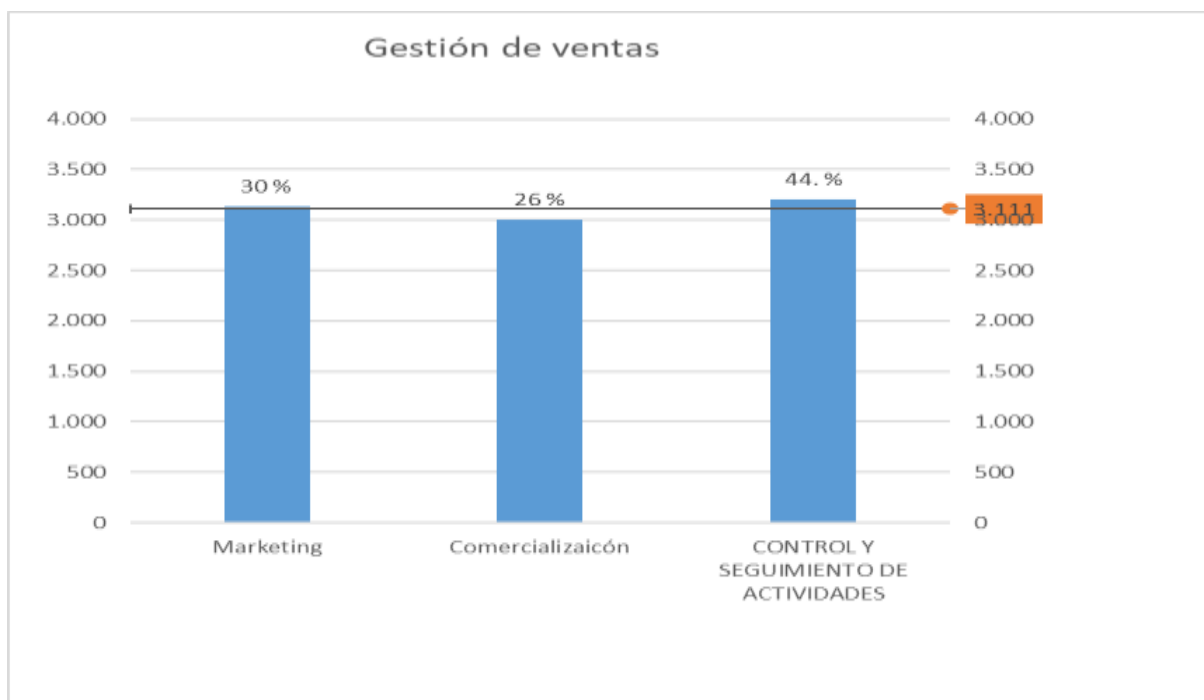
Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación:

Los mostrados en la matriz del gráfico de contingencia del control interno se observa un porcentaje del 29.93% el cual indica que, entre la dimensión de ambiente de control casi nunca se perciben que existe el control de ambiente de la empresa, mientras que el 48.34% a veces perciben control de las actividades en la ferretería, además indicaron el 24.73% casi nunca se percibe que existe la supervisión y seguimiento de control de las actividades de la empresa ferretera. Según lo entendido y de acuerdo con el análisis obtenido, se concluyó que para la empresa ferretera carece de un control interno eficiente que le permita realizar un buen ambiente de control y además controlar sus actividades, por ende, no tiene una supervisión y seguimiento de sus actividades de manera ordenada la cual no le permite obtener una correcta aplicación de controles administrativos y operativos de la entidad.

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC, Guayaquil-Ecuador 2019:

Tabla 9: Nivel de gestión de ventas de la empresa ferretera ABC.



Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación:

Los mostrado en la matriz del grafico de contingencia de la gestión de ventas de la empresa ferretera, se observan un porcentaje del 30.% que indica que entre la dimensión de la gestión de marketing a veces se perciben que existe que se gestione el marketing en la empresa ferretera, mientras que el 26% denota que casi nunca se perciben, existe la comercialización de los productos en la empresa ferretera, además el 44% indicaron que casi siempre se percibe que existe controles y seguimientos de las actividades de la empresa ferretera. Según lo entendido y de acuerdo con el análisis obtenido, concluyó que la empresa ferretera ABC carece de control interno eficiente que permita realizar la gestión de marketing, por lo tanto, no le permite tener una eficiente comercialización de los productos, por ende, no tiene un control de seguimiento de las actividades de organización, la cual no le permite obtener una correcta aplicación en la gestión de ventas en la entidad.

De acuerdo a los objetivos planteados los resultados fueron los siguientes:

Distribución de frecuencias y porcentajes del nivel de control interno en la empresa ferretera ACB ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019

Objetivo General: Determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC, Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 10: contingencia Control interno y Gestión de ventas de la ferretería ABC

			V2 Gestión de ventas			Total
			2,0	3,0	4,0	
V1 Control interno	2,0	Recuento	1	7	0	8
		% dentro de Control interno	12,5%	87,5%	0,0%	100,0%
	3,0	Recuento	0	6	1	7
		% dentro de Control interno	0,0%	85,7%	14,3%	100,0%
	Total	Recuento	1	13	1	15
		% dentro de Control interno	6,7%	86,7%	6,7%	100,0%

Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

Los datos mostrados en la matriz de contingencia se observan que el 12.5% y 6.7% de los trabajadores encuestados manifiestan que casi nunca se perciben el control interno, a veces perciben la gestión de ventas, además del 85.7% manifestó que perciben y que a veces existe control interno, también a veces perciben la gestión de ventas. Mientras que solo el 14.3% indicaron que a casi siempre perciben control interno, casi siempre perciben que las ventas se gestionan en la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador. Los resultados denotan que a veces existe en la empresa control interno y gestión de venta, lo que demuestra que se debe fortalecer los procesos internos y así mantener el nivel el equilibrio comercial en la empresa ferretera ABC.

OE1 Analizar la relación existente entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 11: Contingencia Control interno en la gestión de Marketing

			Marketing			Total	
			2,0	3,0	4,0		
V1 Control interno	2,0	Recuento	1	4	3	8	
		% dentro de Control interno	12,5%	50,0%	37,5%	100,0%	
	3,0	Recuento	0	7	0	7	
		% dentro de Control interno	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	
	Total		Recuento	1	11	3	15
			% dentro de Control interno	6,7%	73,3%	20,0%	100,0%

Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

Los datos mostrados en la tabla No 11, indican que el 12.5% y 6.7 % de las personas encuestada, casi nunca perciben que existe control interno; mientras que el 50% de las personas que perciben que existe control interno, perciben a veces la gestión de marketing y el 37.5% casi siempre. El 100% de los que perciben que a veces existe control interno, perciben que el 20% se gestiona el marketing en la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador.

Según lo entendido del primer objetivo que es analizar la relación existente entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC, de acuerdo a los resultados obtenido se llegó a la conclusión que la entidad tiene deficiencia en sus actividades sobre el proceso de gestión de ventas, por ende, la organización a veces percibe que existe control interno y también perciben la gestión de marketing en la ferretería. Ya que es una herramienta importante el control interno y gestión de ventas, muchas veces no se dan ya que la gestión de ventas es dinamizada desde fuera por los clientes, por ende, control interno es ajeno a la gestión de ventas en esta entidad.

OE2 Analizar la relación existente entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC, Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 12: Contingencia Control interno en la gestión de Comercialización

			Comercialización			Total
			2,0	3,0	4,0	
V1 Control interno	2,0	Recuento	3	5	0	8
		% dentro de Control interno	37,5%	62,5%	0,0%	100,0%
	3,0	Recuento	0	4	3	7
		% dentro de Control interno	0,0%	57,1%	42,9%	100,0%
Total		Recuento	3	9	3	15
		% dentro de Control interno	20,0%	60,0%	20,0%	100,0%

Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación de los resultados

De los datos mostrado en la tabla No 12, indican que el 37.5% de las 3 personas encuestada consideran que casi nunca perciben que existe control interno, también consideran que casi siempre se gestiona la comercialización en la empresa ferretera ABC y el 62.5% y 57.1% manifestaron que a veces lo perciben que existe control interno y gestiona la comercialización; mientras que 3 personas que fueron encuestada consideran que el 42.9% y 20% que casi siempre perciben que existe control interno y se gestiona la comercialización la ferretería ABC, Guayaquil Ecuador. Según lo entendido y de acuerdo a los resultados obtenido por los colaboradores administrativos de la entidad, se obtuvo como un diagnóstico que muchas veces la empresa carece de control interno, por ende, en la gestión de la comercialización hay una deficiencia, es decir que no se da un control adecuado por lo tanto se observa que la gestión de venta es dinamizada desde la parte externa por clientes.

OE3 Analizar la relación existente entre control interno y seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 13: Contingencia Control interno gestión de control y seguimiento de actividades.

			Control y seguimiento de actividades			Total
			2,0	3,0	4,0	
V1 Control interno	2,0	Recuento	0	6	2	8
		% dentro de Control interno	0,0%	75,0%	25,0%	100,0 %
	3,0	Recuento	1	4	2	7
		% dentro de Control interno	14,3%	57,1%	28,6%	100,0 %
Total		Recuento	1	10	4	15
		% dentro de Control interno	6,7%	66,7%	26,7%	100,0 %

Fuente: Elaboración por Santo Bravo

Interpretación de los resultados

De los datos mostrados de la tabla No 13 indica que el 14.3 % casi nunca perciben que existe control interno y, por ende, gestiona el control y seguimiento de actividad, mientras que el 75% y el 57.1% de las personas manifestaron que perciben la existencia del control interno a veces, también consideran que a veces se controlan y se hace seguimiento a las actividades de las ventas. Mientras que el 25% y 28.6% son los que casi siempre perciben que existe control interno y que la empresa ferretera realiza seguimiento y control a las actividades de ventas. Según lo entendido y de acuerdo al análisis se permitió concluir que el control interno y gestión de seguimiento de actividades, se han analizado que casi nunca han obtenido un control de seguimiento en las actividades de la entidad, por ende, la empresa carece de un control adecuado en el seguimiento de las actividades.

Hipótesis General

H0: No existe relación significativa entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 14: Coeficiente de correlación de Spearman control interno en la gestión de ventas.

			V1 Control interno	V2 Gestión de ventas
Rho de Spearman	Control interno	Coeficiente de correlación	1,000	0,366
		Sig. (bilateral)	.	0,180
		N	15	15
	Gestión de ventas	Coeficiente de correlación	0,366	1,000
		Sig. (bilateral)	0,180	.
		N	15	15

Fuente: Elaborada por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

Según la tabla 14 que se obtuvo del SPSS y el valor de la prueba de correlación de RHO de Spearman de las variables control interno y la gestión de ventas, permitió comparar el valor de la significancia el cual es 0.180 mayor P ($P = 0.05$); esto lleva a aceptar la hipótesis nula; lo cual significa que no existe relación significativa entre las variables Control interno y Gestión de ventas en la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador.

H01: No existe relación significativa entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 15: Coeficiente de correlación de Spearman control interno en la gestión de marketing

			V1 Control interno	Marketing
Rho de Spearman	Control interno	Coeficiente de correlación	1,000	-0,280
		Sig. (bilateral)	.	0,313
		N	15	15
	V2Marketing	Coeficiente de correlación	-0,280	1,000
		Sig. (bilateral)	0,313	.
		N	15	15

Fuente: Elaborado por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

El método estadístico de correlación de RHO de Spearman permite comparar el valor de la significancia, el cual es 0.313 es mayor P ($P= 0.05$), por lo tanto, esto lleva a aceptar la hipótesis nula lo cual significa que no existe relación significativa entre las variables Control interno y la dimensión de la variable Gestión de ventas y Marketing en la empresa ferretera de la ciudad de Guayaquil Ecuador.

Según lo entendido y de acuerdo al diagnóstico del coeficiente de correlación de RHO Spearman permitió analizar que significativamente no existe la relación entre control interno y la gestión de ventas en la entidad, por ende, muchas veces es importante contar con una herramienta fundamental como es el control interno en la gestión de marketing en toda organización, ya que en la empresa ferretera ABC muchas veces no se establece la gestión de marketing ya que las ventas son dinamizadas desde fuera por los clientes, es decir que el control interno es ajeno a la gestión de ventas en la ferretería ABC.

H02: No existe relación significativa entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 16: Coeficiente de correlación de Spearman de control interno en la gestión de comercialización

			V1 Control interno	Comercialización
Rho de Spearman	Control interno	Coeficiente de correlación	1,000	0,634
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	15	15
	V2 Comercialización	Coeficiente de correlación	0,634	1,000
		Sig. (bilateral)	0,011	.
		N	15	15

Fuente: Elaborado por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

El método estadístico de correlación de RHO de Spearman permitió comparar el valor de la significancia el cual es 0.011 es menor que P ($P= 0.05$), por lo tanto, esto lleva a la decisión de rechazar la hipótesis nula lo cual significa que, si existe relación significativa entre la variable Control interno y segunda dimensión de la variable Gestión de ventas, Comercialización. La relación existente es directa y significativa, 0.634 de la empresa ferretera ABC. Además, se concluye que: existe relación estadísticamente significativa y directa entre control interno y la segunda dimensión de la variable gestión de ventas, comercialización en el personal administrativo de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019.

Según lo entendido de la segunda hipótesis, no existe relación significativa entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC, concluyendo con un análisis de la prueba correlacional de RHO de Spearman que significativamente si existe una relación entre control interno y la comercialización, aquí muchas veces no se da controles y además es ajeno para la empresa, es decir r es 0.011 es menor que la $P= 0.05$ por lo tanto se lleva a la decisión de rechazar la hipótesis nula, significa que existe una relación entre control interno y la segunda dimensión la cual es directa y además es positiva .

H03: No existe relación significativa entre control interno y el seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.

Tabla 17: Coeficiente de correlación de Spearman de control interno en la gestión de control y el seguimiento de actividades

			V1 Control interno	Control y seguimiento de actividades
Rho de Spearman	Control interno	Coeficiente de correlación	1,000	-0,075
		Sig. (bilateral)		0,792
		N	15	15
	V2 control y seguimiento de actividades	Coeficiente de correlación	-0,075	1,000
		Sig. (bilateral)	0,792	.
		N	15	15

Fuente: Elaborado por Santo Bravo

Interpretación de los resultados:

El método estadístico de correlación de RHO de Spearman permitió comparar el valor de la significancia el cual es 0.792 es mayor que P ($P= 0.05$), por lo tanto, esto lleva a aceptar la hipótesis nula lo cual significa que no existe relación significativa entre la variable Control interno y la dimensión de la variable Gestión de ventas, controles y el seguimiento de las actividades de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador.

Según lo entendido de la tercera hipótesis no existe relación significativa entre control interno y el seguimiento de actividades de la empresa ferretera lo cual determinó el diagnóstico que el control interno de la tercera dimensión de control de seguimiento de las actividades, no existe una relación entre control interno y seguimiento de las actividades ya que relación es mayor que la probabilidad, por lo tanto, significa que la empresa ferretera ABC tiene ineficiencia de control administrativos y operativo, es decir que muchas veces no se da un control adecuado, ya que las ventas son dinamizadas desde la parte externa que es dado por los clientes, por ende, control interno es ajeno a la gestión de seguimiento de las actividades en empresa ferretera ABC.

IV DISCUSIÓN

Frente al objetivo general el cual fue determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de venta de la empresa ferretera ABC, se tuvo como resultado que no existe relación entre ambas variables dado que en la ferretera ABC, objeto de estudio a pesar que el control de interno es importante en la empresa, muchas veces no se da ya que las ventas son dinamizadas desde fuera por los clientes, por ende, control interno es ajeno a la gestión de ventas en esta empresa. Por lo tanto, la entidad no cuenta con una política administrativa eficiente en la gestión de ventas, por ende, no existe una buena comunicación entre el departamento de venta y personal de bodega.

De acuerdo al primer objetivo específico se determinó que es analizar la relación existente entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC, según Estupiñan (2015) manifiesta que debido al análisis en la organización se observó que la empresa no cuenta con una estructura administrativa y operativa bien definida, por ende, el control interno establece que las actividades dentro de la entidad que deberán ser ejecutada eficientemente en las áreas administrativas y gestión de ventas de la empresa, por lo tanto, la confiabilidad de la información tanto interna como externa deberán ser clara y segura en los registros contable de la empresa, y además el cumplimiento de leyes, reglamento y las políticas internas aplicada por la entidad.

Después haber determinado los resultados de control interno y gestión de ventas en la entidad, de acuerdo en el análisis administrativo en el área de gestión de ventas, y además los cuestionarios fueros aplicados a los colaboradores de la entidad obteniendo lo siguientes: en la área administrativas y operativas indicaron que el 13% casi nunca seda un control interno, mientras que 85% mencionaron que a veces se perciben que existe gestión de marketing. De acuerdo al coeficiente correlacional de Spearman de la hipótesis se determinó que significativamente no existe relación entre las dos variables, la significa que es 0.180 mayor que $P=0.05$, la cual lleva a aceptar la hipótesis nula en la empresa ferretera ABC, también se establece que muchas veces el control interno es una ayuda en las organizaciones, se observó que en la entidad es ajeno el control, ya que las ventas son dinamizadas de manera externa por los clientes.

Según Cantos Bernal (2017), en su maestría Administración de Negocios, MBA titulada “Gestión estrategia y control interno en el área administrativa y ventas de la empresa DERCO”. Se estableció que coinciden el objetivo determinar la relación entre la gestión estrategia y control interno, y además aplicó un diseño no experimental transversal porque no se van a manipular las variables de estudio, por ende, determino el método correlacional de RHO Spearman que le permitió obtener como resultado, de acuerdo con los colaboradores administrativo que indicaron que el 78% es regular gestión estrategia y control interno, mientras que el 20% indicaron que la gestión estrategia y control interno a veces se perciben que existe y además el 13 mencionaron que la gestión estrategia y control interno es indeficiente en la entidad. Concluyendo que se debe aplicar control interno para superar las deficiencias que padece la organización.

De acuerdo al segundo objetivo específico que es analizar la relación existente entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC, según Johnston Mark (2014) manifiesta que debido al diagnóstico de la comercialización de actividades de la entidad, lo cual permite satisfacer las necesidades de los clientes, también se observó que la empresa ferretera no cuenta con una estructura bien clara en el áreas administrativa y operativa, por ende, tiene problemas en la entrega eficiente de la mercadería y los clientes no se sienten satisfechos con la atención, esto afecta a la rentabilidad financiera de entidad.

Después haber determinado los resultados de control interno y gestión de comercialización en la entidad, se ha determinado en el departamento de ventas no se ejecutan adecuadamente las políticas internas aplicada por la empresa debido que no existe una estructura organizacional clara y precisa, la cual se establecen como resultado obtenido después aplicar los cuestionarios a los colaboradores administrativos de la entidad, como diagnóstico mencionaron que el 37% casi nunca perciben control interno, mientras que el 62% indicaron que a veces perciben que existe gestión de la comercialización y además el consideran que el 42% casi siempre perciben control interno, mientras que el 20% indicaron casi siempre perciben que existe gestión de comercialización en la empresa ferretera ABC. Por ende, en la entidad muchas veces no se da importancia al control interno ya que es una ayuda para la administración, por ende, es deficiente los controles administrativo y operativo, ya que las ventas son dinamizadas externamente por los clientes, llegando a concluir que para la entidad es ajeno control en la gestión de comercialización.

Según Panduro (2017), en su maestría Finanzas y Tributación titulado “Control interno y toma de decisiones en el programa nacional de infraestructura educativa”. Se estableció como objetivo general determinar la relación entre control interno y la toma de decisión en el personal administrativos, y además aplicó un diseño no experimental transversal porque no se van a manipular las variables de estudio, por ende, determino el método correlacional de RHO Spearman que le permitió obtener como resultado, de acuerdo con los colaboradores administrativo que indicaron que el 40% perciben un nivel y además el 19% toma de decisión se decir un nivel deficiente, después mencionaron 18% donde se deberán tomar correcciones adecuada y además el 33% indicaron que la toma de decisión está en un nivel deficiente, por ende, como resultado se deberán tomar correcciones administrativa adecuada en la entidad y así poder minimizar los riesgos existentes referente a la falta de control.

De acuerdo al tercer objetivo específico que es analizar la relación existente entre control interno y seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC, según Torres (2015), manifiesta que debido al análisis en el control y seguimientos de las actividades en la entidad permitirá determinar los controles en el departamento de ventas, con el fin de que los procesos sean más eficientes para la organización y así poder alcanzar los resultado planteado por la entidad, por ende, una buena planificación con informe detallado, diario o mensual con la información de todos los clientes y el seguimientos de los productos vendidos dará como resultado la obtención de cambios positivos para la empresa.

Después de haber determinado los resultado de control interno y seguimiento de las actividades en la entidad, se pudo determinar que en el área de ventas no se ejecutan adecuadamente las políticas internas aplicada por la empresa debido que no existe una estructura organizacional clara y precisa en el seguimiento de las actividades de la empresa ferretera ABC, la cual se establecen como resultado obtenido después aplicar los cuestionarios a los colaboradores administrativos de la entidad, suyo resultado fue que el 14% casi nunca perciben control interno, mientras que el 75% indicaron que a veces perciben que existe gestión de seguimiento de las actividades y además el consideran que el 25% casi siempre perciben control interno, mientras que el 28% indicaron casi siempre perciben que existe seguimientos de las actividades en la empresa ferretera ABC. Además del análisis de coeficiente de correlacional de Spearman que permitió determinar que significativamente no existe una relación entre control interno y seguimientos de las actividades, se determinó que

el resultado es de 0.792 mayor que $P=0.05$ es menor, aceptando la hipótesis nula. Por ende, muchas veces no se da importancia al control interno siendo una ayuda para la administración, es deficiente los controles administrativo y operativo, ya que las ventas son dinamizadas de manera externa por los clientes, llegando a concluir que para la entidad es ajeno el control de seguimiento de las actividades que realizan, aplicando correctamente las políticas y procesos de manera eficiente.

Según Gabriela (2018), en su tesis de maestría en Finanzas y contabilidad titulado “Control interno en la gestión de inventario de la empresa Comautor S.A”, Guayaquil Ecuador”, estableciendo que coinciden el objetivo el cual determinó la relación del control interno y la gestión del inventario y además aplicó una investigación descriptiva y un enfoque cuantitativo, obteniendo la información de los 16 colaboradores administrativo que se aplicó los cuestionarios, después de haber obtenido el análisis los cual indicaron que el nivel de control es eficiente y, por ende, en la gestión de inventario con un nivel bajo es decir deficiente, como resultado se obtuvo que deben corregir esa deficiencia para que la entidad mejore la rentabilidad financiera.

V CONCLUSIONES

Una vez concluido el presente trabajo de investigación se llegaron a las siguientes conclusiones detalladas a continuación:

Con respecto al objetivo general mediante la prueba de correlación del método estadístico Spearman, permitió comparar significativamente que no existe relación significativa entre las variables, control interno y la gestión de ventas en la empresa ferretera, como resultado se determinó que ($r= 0.180$ es mayor $P= 0.05$). Por tanto, se concluye que a pesar que el control interno es importante en la empresa muchas veces no se da, ya que las ventas son dinamizadas sin tener un control previo, es decir, que el control interno es ajeno a la gestión de ventas de la empresa.

De acuerdo al primer objetivo específico se obtuvo que el 50% de los encuestado indicaron casi nunca perciben que existe control interno en la gestión de marketing; mientras el 38% indicaron a veces perciben que existe control interno en gestión de marketing, y el 20% menciono casi siempre perciben que existe control interno en gestión de marketing. Además, se observó que de acuerdo al coeficiente correlacional de Spearman, permitió comparar el valor de significancia, es 0.313 es mayor y $P= 0.05$ es menor, no existiendo relación entre ambas variables, debido a que el control interno está muy independiente en la gestión de marketing que realiza la empresa.

De acuerdo al segundo objetivo específico se obtuvo el siguiente resultado, el 37% indicaron casi nunca perciben que existe control interno en la gestión comercialización, mientras que el 63% mencionaron que a veces perciben que existe control interno y gestión comercialización, y el 20% indicaron casi siempre perciben que existe control interno y la gestión comercialización como un nivel adecuado; además la prueba de correlación de Rho de Spearman, se comprobó significativamente la relación que si existe entre control interno y gestión de comercialización, concluyendo que es muy importante implementar procesos de control interno siendo una ayuda para la gestión de comercialización de los productos.

De acuerdo al tercer objetivo específico de acuerdo al diagnóstico obtenido de contingencia de control interno y la gestión seguimiento de actividad los resultados fueron

que el 14% indicaron que casi nunca perciben que existe control interno y gestión de seguimiento de actividad; mientras que el 75% mencionaron que a veces perciben que existe control interno y gestión de seguimiento de actividad, y el 25% indicaron que percibe un nivel de control interno bueno. Además de acuerdo a las evidencias estadísticas descriptivas del coeficiente correlacional, permitió comprobar una significancia que $r = 0.792$ es mayor y $P = 0.05$ es menor, lo cual significa que no existe relación significativamente entre control interno y gestión de seguimiento de actividad, es decir muchas veces no se da importancia a la gestión administrativas, por ende, el control interno tiene debilidad en la empresa ya no se lleva un seguimiento adecuado de las actividades que se realizan.

VI RECOMENDACIONES

Una vez concluido el presente trabajo de investigación se llegaron a las siguientes recomendaciones detalladas a continuación:

1. Se recomienda establecer procesos internos que ayude a dinamizar la gestión de ventas y que garantice la eficiencia, efectividad y eficacia de las operaciones de la empresa ferretera ABC. Siendo responsabilidad directa del área administrativa que se cumplan dichos procesos.
2. Fortalecer el crecimiento personal de todos sus integrantes mediante una estructura organizativa que conlleve a la evolución económica de la empresa mediante procesos que ayuden a su crecimiento en el área de venta con un plan de comercialización bien estructurado.
3. Se debe establecer seguimiento y control a los procesos de la gestión administrativas de la empresa que deberán ser revisadas periódicamente para verificar su cumplimiento mediante procesos de control interno fortaleciendo las debilidades llevando un seguimiento adecuado de las actividades que realiza la empresa.

REFERENCIAS

- Christine H. (2015). Internal controls toolkit. In C. H. Doxey, Internal controls toolkit. Wiley corporate Fy A.
- CMiguel Cotaña. (2015). Control interno Coso ll.
- Alvarez Carlos M. (2014). Metodologia de la Investigacion Cualitativa y Cuantitativa. In M. A. Carlos, Metodologia de la Investigacion Cualitativa y Cuantitativa. Colombia:
- Ana Zita . (2019). polablacion y muestra.
- Arwing. (2016). Internal control. summarizes.
- Asociotion, American Marketing. (n.d.). Retrieved from Grupo Editodial Patria.
- Bello Clemente y Calderin . (2017). Gestión de ventas.
- Burrows Lan. (2016). Internal Control Manual and audit. In B. Lan, Internal Control Manual and audit. Millicom.
- César Benal. (2014). nvestigation methodology. In nvestigation methodology.
- COSO Internal Control. (2014). In C. I. Control.
- COSO Ill. (2014). Committee of Sponsoring Organizations of the. Retrieved from http://www.oas.org/juridico/PDFs/mesicic5_mex_ane_101.pdf
- COSO, Control interno . (2014). <https://www.gestiopolis.com>. Retrieved from <https://www.gestiopolis.com>.
- Informe COSO. (2015). control interno. Retrieved from <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/risk/COSO-Sesion1.pdf>
- Johston Mark W. (2014). Administración de ventas. In J. M. W, Administración de ventas. mexico: McGRAW-HIL.
- José Cegarra S. (2014). Metodolo de la investigación de la investigación Científica. In C. S. José, Metodolo de la investigación de la investigación Científica. Madrid -España: Diaz de santo.
- José Cegarra Sánchez. (2014). Metodología de la investigación Científica y Tecnológica.
- José Serrano. (2016). Técnicas de ventas y negociación . In J. Serrano, Técnicas de ventas y negociación . España: Paraninfo.
- Lan, B. (2016). Manual de Control interno. Colombia.
- Luis Sandoval. (n.d.). <https://www.emprender-facil.com/es/gestion-de-ventas/>.
- Mantilla Samuel. (2014). Auditoria de control interno. In S. Mantilla, Auditoria de control interno. Bogotá-Colombia: Ecoe.

Manuel Artal. (2014). Gestión de ventas. In M. Artal, Gestión de ventas. España: amazon.

Matthew Leitch. (2014). intelligent internal control and risk management . In M. Leitch, intelligent internal control and risk management . New York: Amazon.

Meléndez Torres. (2016). Control Interno. In I. Control, Control Interno. Perú: Printe.

Migueln Barquero. (2014). Manual Práctico de control interno. In M. Barquero, Manual Práctico de control interno. Profit.

Migueln Barquero. (2014). Manual Práctico de control interno. In M. Barquero, Manual Práctico de control interno. Ecuador: Profit.

Morales Torres. (2014). Administración de Ventas. In T. Morales, Administración de Ventas. México: Patria .

Morales, 2. (2016).

Muñoz Carlos . (2014). Metodología de la Investigacion Cientifica. In M. Carlos, Metodología de la Investigacion Cientifica. México: Progreso .

promonegocios. (2015). GESTIN DE VENTAS . <https://www.promonegocios.net>, <https://www.promonegocios.net>.

Revisoría Fiscal, A. Y. (2015). <https://actualicese.com>.

Revista el buzón de pacili. (2015).

Roberto Sampieri H. (2015). Metodología de la Investigación. In R. S. HERNANDEZ, Metodología de la Investigacion . McGraw-Hill.

Roberto Sampieri H. (2015). Metodología de la Investigación. In R. Sampieri, Metodología de la Investigacion. McGraw-Hill.

Roberto Hernández. (2014). Metodología de la Invesrigación .

Roberto Sampieri H. (2015). Metodología de la Investigación. In R. S. HERNANDEZ, Metodología de la Investigacion sexta edición.

Rodrigo Estupiñan. (2014). In R. Estupiñan , Control interno en el ambito empresarial (p. pag.8).

Rodrigo Estupiñan. (2014). Control interno y fraudes. In R. Estupiñan, Control interno y fraudes. Bogotá-Colombia: Angélica Garcia.

Rodrigo Estupiñan. (2015). Control Interno y faraudes. In R. Estupiñan, Control Interno y faraudes. Tercera edición.

Rodrigo Estupiñan. (2015). Control Interno y faraudes ,COSO I,IYY III. In R. Estupiñan, Control Interno y faraudes ,COSO I,IYY III. Bogotá- Colombia: Ecoe.

Sánchez, C. (2014). Metodolo de la investigación.

Sistema Coso. (n.d.).

Tony Adams. (2017). Gestión de ventas. In T. Adams, Gestión de ventas. México: Piramide.

Torres. (2015). Administración de la Fuerza de Ventas. Retrieved from <https://www.promonegocios.net/venta/administracion-fuerza-ventas.html>

Treadway, Committee of Sponsoring Organizations of the. (n.d.). [https://en.wikipedia.org › wiki › Committee_of_Spons.](https://en.wikipedia.org/wiki/Committee_of_Sponsoring_Organizations_of_the_Treadway_Committee)

Virgilio Torres. (n.d.).

Walter Sánchez. (2017). Teoría del control interno y auditoría. In W. Sánchez, Teoría del control interno y auditoría. Bogotá- Colombia: Alca.

William J Y Staton. (2015). Fundamentos de Marketing. In W. J. Staton, Fundamentos de Marketing. México : Decimocuarta edición.

www.miramegias.com. (2014). control interno de la venta.

ANEXO

Anexo 1.- MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 18: Matriz de consistencia.

Tema de investigación	Problema	Objetivo	Hipótesis	Método
Control interno en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019.	Problema General ¿Cuál es la relación existe entre el control interno administrativo y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019?	Objetivo General Determinar la relación que existe entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.	Hipótesis General Existe relación significativa entre control interno y la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019	Diseño: No experimental- Transversal Tipo: Correlacional
	Problemas Específicos ¿Qué relación existe entre el ambiente de control interno en la gestión de ventas de una empresa Ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019?	Objetivos Específicos 1. Analizar la relación existente entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.	Hipótesis Específicas H01.existe relación significativa entre control interno y la gestión del marketing de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019	Enfoque: Cuantitativo Población: 15
	¿Qué relación existe entre control de las actividades en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019?	2. Analizar la relación existente entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.	H02.existe relación significativa entre control interno y la gestión de comercialización de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019	Muestra: 15 Trabajadores Administrativos Técnica: Encuesta
	¿Qué relación existe entre la supervisión o seguimiento en la gestión de ventas en la empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019?	3. Analizar la relación existente entre control interno y seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019.	H03.existe relación significativa entre control interno y en la gestión control y seguimiento de actividades de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil-Ecuador 2019	Instrumento: Cuestionario Método de análisis: Likert

Anexo 2.- Instrumento de evaluación

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO ESCUELA DE POSTGRADO

Cuestionario

Estimado (a) colaborador con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto al control interno de la empresa donde usted laborar, para la cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados no permitirán proponer sugerencia para mejorar la deficiencia de control interno. Marque con una (X) la alternativa que considera usted, sus datos no serán revelados: se guardarán criterio ético de confidencialidad. Muchas gracias.

Datos generales:

Título: Cuestionario de control interno

Autor: Ing. Bravo Alay Santo Sebastián

Procedencia: Guayaquil – Ecuador, 2019

Duración: 25 minutos

Significado: El cuestionario está dirigido a determinar el nivel de gestión de control interno de Una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador,

Estructura: La escala contiene de 12 ítems, con una alternativa de repuestas de 1 a 5 de la forma de Likert: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por tres dimensiones e indicadores, que los ítems se presentan con forma Positiva de la variable de control interno

DIMENSIONES	No	CONTROL INTERNO	OPCIÓN DE REPUESTA				
		ÍTEMS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Ambiente De Control	1	¿Cree usted que se aplica control interno en la empresa ferretera ABC?					
	2	¿Usted conoce que existe un manual de políticas para cada área en la empresa ferretera ABC?					
	3	¿Conoce usted que todos los empleados tienen sus funciones y responsabilidades y buen ambiente?					
	4	¿Cree usted que sus empleados participan en la gestión de marketing eficientemente?					
ACTIVIDAD DE CONTROL	5	¿Usted cree que existe una buena evaluación en la comercialización de los productos y control de lo mismo?					
	6	¿Usted conoce que existe algún manual de procedimiento que la empresa ferretera tenga como guía de revisión y control de las actividades?					
	7	¿Usted conoce cuales son las políticas de la empresa que aplicas para todos los niveles administrativos?					

	8	¿Cree usted que un control interno eficientemente le ayudará a controlar sus actividades de la empresa ferretera?					
SUPERVISIÓN Y SEGUIMIENTO DE	9	¿Usted cree que existe una revisión y seguimientos de la información financiera confiable y oportuna de la empresa ferretera?					
	10	¿Conoce usted que la empresa ferretera realiza la supervisión y seguimientos en entrega de comprobante de ventas en todas sus actividades?					
	11	¿Usted conoce si existe algún proceso que aplique la empresa ferretera en la supervisión y seguimiento en las variedades de productos para satisfacer a los clientes?					
	12	¿Usted conoce cuáles son las políticas que existen en la garantía de los productos por algún defecto o devolución de los clientes?					

UNIVERSIDAD CESAR VALLEJO
ESCUELA DE POSTGRADO

Cuestionario

Estimado (a) colaborador con el presente cuestionario pretendemos obtener información respecto a la gestión de ventas de la empresa ferretera ABC, para la cual le solicitamos su colaboración, respondiendo todas las preguntas. Los resultados no permitirán proponer sugerencia para mejorar la deficiencia de la gestión de ventas y su satisfacción de atención al cliente. Marque con una (X) la alternativa que considera usted, sus datos no serán revelados: se guardarán criterio ético de confidencialidad. Muchas gracias.

Datos generales:

Título: Cuestionario de gestión de ventas

Autor: Ing. Bravo Alay Santo Sebastián

Procedencia: Guayaquil – Ecuador, 2019

Duración: 25 minutos

Significado: El cuestionario está dirigido a determinar el nivel de gestión de ventas de Una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador,

Estructura: La escala contiene de 12 ítems, con una alternativa de repuestas de 1 a 5 de la forma de Likert: Nunca (1), Casi nunca (2), A veces (3), Casi siempre (4), Siempre (5). Asimismo, la escala está conformada por tres dimensiones e indicadores, que los ítems se presentan con forma Positiva de la variable de gestión de ventas.

DIMENSIONES	No	GESTION DE VENTAS	Nunca	Casi Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
		ÍTEMS					
MARKETING	1	¿La empresa ferretera en algún momento le ha realizado alguna encuesta de estudio de mercado sobre los nuevos productos?					
	2	¿Considera que la empresa ferretera cumple con las necesidades de los productos?					
	3	¿La empresa ferretera realiza promociones o descuentos por la compras de los productos?					
	4	¿Considera que la empresa ferretera tiene buen posicionamiento en el mercado ferretero?					
COMERCIALIZACION	5	¿Considera que todos los productos que ofrece la empresa ferretera cumplen con todas las normas de calidad para los clientes?					
	6	¿Ha recibido puntualmente los productos por parte de la empresa ferretera?					
	7	¿Considera que en la empresa ferretera, la satisfacción de servicio al cliente es excelente?					

	8	¿Considera que la empresa ferretera realiza oferta en sus productos por fiesta de navidad y fin año?					
CONTROL Y SEGUIMIENTO DE PACTIVIDADES	9	¿La empresa se asegura del buen estado y funcionamiento del producto ante, de entrega al cliente?					
	10	¿La empresa entrega comprobante de ventas en cada una de tus compras?					
	11	¿La empresa ferretera tiene la variedad de productos que tú requieres?					
	12	¿La empresa ferretera ofrece algún tipo de garantía de los productos adquiridos?					

Anexo 3. Base de datos de la prueba piloto del Alfa de Cronbach

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE CONTROL INTERNO													
ENCUESTAS	AMBIENTE DE CONTROL				ACTIVIDAD DE COTROL				SUPERVISOR Y SEGUIMIENTO DE CONTROL				total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	2	21
2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	1	1	2	26
3	2	3	3	2	4	5	2	2	2	1	1	2	29
4	3	3	2	2	2	4	2	1	3	2	2	4	30
5	4	4	2	3	2	5	3	2	2	2	4	3	36
6	2	4	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	30
7	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	32
8	2	2	3	4	2	4	2	3	3	1	2	1	29
9	3	2	4	4	3	5	3	2	2	2	2	3	35
10	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	1	3	33
11	3	3	3	2	2	1	3	2	2	1	3	1	26
12	4	3	3	3	3	5	3	3	2	2	3	5	39
13	4	2	3	2	4	3	5	2	4	4	3	3	39
14	3	2	3	4	2	3	5	4	2	4	5	4	41
Varianza	0,6	0,6	0,3	0,9	0,5	1,2	1,0	0,5	0,5	1,0	1,5	1,2	30,2653
NUMERO O TOTAL													

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

	k	14
Sumatoria	Si	10,0
	St	30,2653
	de	
Alfa	Cronbach	0,72

Anexo 4. Base de datos de la prueba piloto del Alfa de Cronbach

BASE DE DATOS DE LA VARIABLE GESTIÓN DE VENTAS													
ENCUESTAS	MARKETING				COMERCIALIZACIÓN				CONTROL Y SEGUIMIENTO				total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	23
2	3	1	2	2	3	4	2	2	2	1	1	1	24
3	2	3	3	2	4	3	2	1	2	1	1	3	27
4	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	30
5	3	4	2	3	2	5	3	2	2	2	4	3	35
6	2	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	31
7	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	32
8	2	3	3	4	2	4	2	3	3	1	2	1	30
9	3	2	2	3	3	5	3	2	2	2	2	3	32
10	4	4	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	35
11	3	3	1	2	3	4	3	2	2	2	3	1	29
12	4	3	3	3	3	5	3	3	2	3	3	5	40
13	4	2	5	4	5	2	3	2	2	4	3	2	38
14	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	5	3	39
Varianza	0,6	0,7	0,8	0,7	0,8	0,8	0,3	0,5	0,3	0,9	1,2	1,2	25,3112
NUMERO O TOTAL													

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

k	14
Sumatoria Si	9,0
St	25,3112
Alfa de Cronbach	0,70

Anexo 5. Documentos para validar los instrumentos de medición a través de juicio de expertos



Guayaquil, 28 de diciembre de 2019

Mediante la presente, yo Dr.: Gamboa Poveda Jinsop Elías, PHD, con cédula de identidad 1712643152, Dr. En ciencias administrativas, y docente en la Universidad Estatal de Milagro Ecuador, especialista control interno y auditoría financiera, dejo en constancia de haber revisado los ítems de los cuestionarios de encuesta, que el investigador Ing. Santo Sebastián Bravo Alay, para su trabajo de investigación de tesis "Control interno en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador, 2019".

El instrumento mide, el conocimiento y la metodología científica de la información con respecto al control interno y la gestión de ventas; los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son concretos con mediciones previas que han surgido de la investigación precedente.

De tal manera, yo Dr.: Gamboa Poveda Jinsop Elías, PHD, garantizo la validez de dichos instrumentos y la aplicación presentado por el: Ing. Santo Sebastián Bravo Alay investigador del tema.


Dr: Gamboa Poveda Jinsop Elías ,PHD
DNI: 1712643152
Teléfono: (593) 0989522733
E-mail: gjinsop@hotmail.com

INFORME DEL JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos Generales

- Tema: "Control interno en la Gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador ,2019"
- Apellidos y Nombres del experto: Gamboa Poveda Jinsop Elías, PHD
- Institución en la que labora el experto: Universidad Estatal de Milagro
- Instrumento de evaluación: Cuestionario de Control Interno
- Autor del instrumento: Ing. Santo Sebastian Bravo Alay

Aspecto de Validación

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)


Criterios	Indicadores	1	2	3	4	5
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					/
Objetividad	Los ítems del instrumento están expresado permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					/
Actualidad	El instrumento está enfoque de evidencia con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente al control interno.					/
Organización	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición conceptual y operacional relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer observaciones en funciones a las hipótesis, problema y objetivo general de la investigación.					/
Suficiencia	Los ítems del instrumento expresan suficiente en cantidad y calidad.					/
Intencionalidad	Los ítems del instrumento adecuado para valorar las dimensiones del contenido y mensuración de la evidencia inherente al control interno.					/
Consistencia	La información que se obtendrá mediante los ítems, basado en aspecto teórico, científico de la investigación.					/

	variables, dimensiones e indicadores.						✓
Metodología	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación						✓
Subtotal		5	0				✓
Total		5	0				✓

Opinión de Aplicabilidad

Los indicadores de los instrumentos de recolección de datos tienen coherencia con las variables de estudio; por lo tanto, está listo para su aplicación.

Promedio de Validación: (50)

 Dr.: Gamboa Poveda Jinsop Elías, PHD Teléfono: (593) 0989522733 E-mail: gjinsop@hotmail.com	Guayaquil, 28 de noviembre de 2019
---	------------------------------------

INFORME DEL JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos Generales

- Tema: "Control interno en la Gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador ,2019"
- Apellidos y Nombres del experto: Gamboa Poveda Jinsop Elias, PHD
- Institución en la que labora el experto: Universidad Estatal de Milagro
- Instrumento de evaluación: Cuestionario de Gestión de ventas
- Autor del instrumento: Ing. Santo Sebastian Bravo Alay

Aspecto de Validación

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Criterios	Indicadores	1	2	3	4	5
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					/
Objetividad	Los ítems del instrumento están expresado permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					/
Actualidad	El instrumento está enfoque de evidencia con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión de ventas.					/
Organización	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición conceptual y operacional relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer observaciones en funciones a las hipótesis, problema y objetivo general de la investigación.					/
Suficiencia	Los ítems del instrumento expresan suficiente en cantidad y calidad.					/
Intencionalidad	Los ítems del instrumento adecuado para valorar las dimensiones del contenido y mensuración de la evidencia inherente a la gestión de ventas.					/
Consistencia	La información que se obtendrá mediante los ítems, basado en aspecto teórico, científico de la investigación.					/




Coherencia	Los ítems del instrumento tienen relaciones entre las variables, dimensiones e indicadores.						✓
Metodología	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación						✓
Subtotal		5	0				✓
Total		5	0				✓

Opinión de Aplicabilidad

Los indicadores de los instrumentos de recolección de datos tienen coherencia con las variables de estudio; por lo tanto, está listo para su aplicación.

Promedio de Validación: (50)


Dr.: Gamba Poveda Jinsop Elías, PHD
DNI: 1712643152
Teléfono: (593) 0989522733
E-mail: gjinsop@hotmail.com

Guayaquil, 28 de noviembre de 2019

Guayaquil, 27 de diciembre de 2019

Mediante la presente, yo Merlis Janeth Jurado García, con cédula de identidad 0962347845, Master en gerencia y Liderazgo – Economista experta en gerencias administrativa, dejo en constancia de haber revisado los ítems de los cuestionarios de encuesta, que el investigador Ing. Santo Sebastián Bravo Alay, para su trabajo de investigación de tesis “Control interno en la gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador ,2019”.

El instrumento mide, el conocimiento y la metodología científica de la información con respecto al control interno y la gestión de ventas; los instrumentos muestran un dominio específico de contenidos de lo que se mide y son concretos con mediciones previas que han surgido de la investigación precedente.

De tal manera, yo Merlis Janeth Jurado García, garantizo la validez de dichos instrumentos y la aplicación presentado por el: Ing. Santo Sebastián Bravo Alay investigador del tema.

Merlis Jurado

Econ-MSc: Merlis Yaneth Jurado García

DNI: 0962347845

Teléfono: (593) 0984202742

E-mail: merlisjgarcia@gmail.com

INFORME DEL JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos Generales

- Tema: "Control interno en la Gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador ,2019"
- Apellidos y Nombres del experto: Econ-MSc. Merlis Yaneth Jurado García
- Institución en la que labora el experto: Tecnológico Superior Speedwriting
- Instrumento de evaluación: Cuestionario de Control Interno
- Autor del instrumento: Ing. Santo Sebastian Bravo Alay

Aspecto de Validación

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Criterios	Indicadores	1	2	3	4	5
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					/
Objetividad	Los ítems del instrumento están expresado permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					/
Actualidad	El instrumento está enfoque de evidencia con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente al control interno.					/
Organización	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición conceptual y operacional relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer observaciones en funciones a las hipótesis, problema y objetivo general de la investigación.					/
Suficiencia	Los ítems del instrumento expresan suficiente en cantidad y calidad.					/
Intencionalidad	Los ítems del instrumento adecuado para valorar las dimensiones del contenido y mensuración de la evidencia inherente al control interno.					/
Consistencia	La información que se obtendrá mediante los ítems, basado en aspecto teórico, científico de la investigación.					/

Coherencia	Los ítems del instrumento tienen relaciones entre las variables, dimensiones e indicadores.					✓
Metodología	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación.					✓
Subtotal		5	0			
Total		5	0			

Opinión de Aplicabilidad

Los indicadores de los instrumentos de recolección de datos tienen coherencia con las variables de estudio; por lo tanto, está listo para su aplicación.

Promedio de Validación: (50)

Guayaquil, 27 de diciembre de 2019

Merlis Jurado
Econ-MSc. Merlis Yaneth Jurado García
DNI: 0962347845
Teléfono: (593) 0984202742
E-mail: merlisjgarcia@gmail.com

INFORME DEL JUICIO DE EXPERTO SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

Datos Generales

- Tema: "Control interno en la Gestión de ventas de una empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador ,2019"
- Apellidos y Nombres del experto: Econ-MSc. Merlis Yaneth Jurado García
- Institución en la que labora el experto: Tecnológico Superior Speedwriting
- Instrumento de evaluación: Cuestionario de Gestión de ventas
- Autor del instrumento: Ing. Santo Sebastian Bravo Alay

Aspecto de Validación

Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)

Criterios	Indicadores	1	2	3	4	5
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado, es decir libre de ambigüedades.					/
Objetividad	Los ítems del instrumento están expresado permitirán mensurar la variable en todas sus dimensiones e indicadores en sus aspectos conceptuales y operacionales.					/
Actualidad	El instrumento está enfoque de evidencia con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión de ventas.					/
Organización	Los ítems del instrumento traducen organicidad lógica en concordancia con la definición conceptual y operacional relacionada con las variables en todas dimensiones e indicadores, de manera que permitan hacer observaciones en funciones a las hipótesis, problema y objetivo general de la investigación.					/
Suficiencia	Los ítems del instrumento expresan suficiente en cantidad y calidad.					/
Intencionalidad	Los ítems del instrumento adecuado para valorar las dimensiones del contenido y mensuración de la evidencia inherente a la gestión de ventas.					/

Consistencia	La información que se obtendrá mediante los items, basado en aspecto teórico, científico de la investigación.					✓
Coherencia	El ítem del instrumento tiene relaciones entre las variables, dimensiones e indicadores.					✓
Metodología	Los procedimientos insertados en el instrumento responden al propósito de la investigación					✓
Subtotal		5	0			
Total		5	0			

Opinión de Aplicabilidad

Los indicadores de los instrumentos de recolección de datos tienen coherencia con las variables de estudio; por lo tanto, está listo para su aplicación.

Promedio de Validación: (50)

Guayaquil, 27 de diciembre de 2019

Merlis Jurado
Econ-MSc: Merlis Yaneth Jurado García

DNI: 0962347845

Teléfono: (593) 0984202742

E-mail: merlisjgarcia@gmail.com

Anexo 6.- Consentimiento informado

**CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA PARTICIPACIÓN EN LA
RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN DE POSGRADO**

Título del informe de investigación: Control interno en la gestión de ventas de una
empresa ferretera ABC ciudad de Guayaquil Ecuador -2019

Objetivo de la investigación: Determinar la relación que existe entre control interno y la
gestión de ventas de la empresa ferretera ABC de la ciudad de Guayaquil Ecuador.

Autor: Ing. Bravo Alay Santo Sebastián

Lugar donde se realizará la investigación: “En la empresa ferretera ABC”

Nombre del Participante:

Yo,.....
.....identificado con documento de
identidad N°.....he sido informado (a)
y entiendo que los datos obtenidos serán utilizados para validar el instrumento con fines
científicos en el estudio. Convengo y autorizo mi participación.

Firma:

Guayaquil, 15 de noviembre de 2019